

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS – UNISINOS
UNIDADE ACADÊMICA DE GRADUAÇÃO
BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

SANDRA HELENARA LAURINDO SOINE

UBERIZAÇÃO DAS RELAÇÕES DE TRABALHO DE UM GRUPO DE
TRABALHADORES DO RAMO DA BELEZA:
Liberdade ou precarização

São Leopoldo

2019

SANDRA HELENARA LAURINDO SOINE

**UBERIZAÇÃO DAS RELAÇÕES DE TRABALHO DE UM GRUPO DE
TRABALHADORES DO RAMO DA BELEZA:
Liberdade ou precarização**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como requisito parcial para
obtenção do título de Bacharel em
Administração, pelo Curso de
Administração da Universidade do Vale do
Rio dos Sinos – UNISINOS

Orientador: Prof. Dr. Lucas Henrique da Luz

São Leopoldo

2019

Dedico todo o esforço que depus neste trabalho ao meu avô José Antônio Laurindo (*in memoriam*) e à minha Mada (*in memoriam*) que foram os exemplos que recebi de incentivo, caráter e dignidade, mas partiram durante essa pesquisa e infelizmente não podem estar presentes neste momento tão importante da minha vida.

AGRADECIMENTOS

A Deus que está acima de todas as coisas, e tem me guiado e dado forças para prosseguir em momentos difíceis. Sem Ele eu não seria capaz.

Agradeço a todos os professores que me apoiaram ao longo da graduação, e que de alguma forma contribuíram com o meu desenvolvimento pessoal.

Em especial ao meu orientador professor Dr. Lucas Henrique da Luz, por toda a serenidade ao longo deste trabalho. Agradeço pela paciência, disponibilidade e excelência no ofício de ensinar e orientar.

Às minhas filhas Amanda e Bianca, que sempre me encorajaram a continuar e são o estímulo da minha vida. Além de filhas, colaboraram a ser quem eu sou, falar o que sinto, escrever o que penso e lutar para ser sempre melhor.

A minha mãe Maria de Lourdes, que além de me carregar em seu ventre, é o meu exemplo de superação e de força, por ser a mulher de garra que és.

Aos meus irmãos Jaque e Duda, pela paciência e incentivo.

A Tia Silvia, que sempre esteve ao meu lado. Sou grata pela tua existência em minha vida.

Aos meus sobrinhos que durante esta trajetória contribuíram com o silêncio necessário que eu precisava.

A toda minha família, pelo amor, paciência, encorajamento e compreensão nos momentos de minha ausência dedicados ao estudo. Estes últimos tempos foram difíceis e sem vocês eu não teria conseguido.

Muito obrigado! Esse TCC é nosso!

RESUMO

O presente trabalho tem como tema a uberização das relações de trabalho de um grupo de trabalhadores do ramo da beleza. Para tanto, o objetivo geral do trabalho é analisar as relações de trabalho de um grupo de profissionais autônomos que atuam em salões de beleza da cidade de Taquara/RS à luz da ideia de uberização destas relações, compreendendo seus aspectos positivos e negativos. A fundamentação teórica versou sobre o trabalho e sua uberização, a indústria da beleza e seus profissionais. A metodologia utilizada foi pesquisa qualitativa, de nível exploratória, realizada em forma estudo de campo. Os dados foram coletados através de entrevistas semiestruturadas e a análise foi feita através da técnica análise de conteúdo. Em termos de resultados as principais características do trabalho do grupo estudado foram autonomia, flexibilidade, jornada de trabalho excessiva, desmotivação, realização profissional, motivação, satisfação, concorrência, regimes de parceria e predominância feminina. Quanto a aspectos positivos do trabalho, foram relatados a flexibilidade, autonomia, liberdade, satisfação e recebimento diário de dinheiro. Já como aspectos negativo, identificou-se descumprimento de horários clientes, a falta de privacidade domiciliar e a rotina desgastante. Percebe-se neste estudo aspectos que caracterizam a relação uberizada entre os profissionais, tais como incerteza do ganho, flexibilidade e precarização. No entanto, embora os trabalhadores reconheçam a uberização em seu setor, não o consideram precarizado.

Palavras-chave: Trabalho. Relações de trabalho. Uberização. Indústria da beleza.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Perfil dos entrevistados	60
Quadro 2 – Questões relevantes acerca da Uberização das relações de trabalho...	77
Quadro 3 – Principais características o grupo de profissionais da área da beleza da cidade de Taquara/RS.....	91
Quadro 4 – Aspectos positivos e negativos do trabalho do grupo de profissionais da beleza analisados.....	100
Quadro 5 – Características da uberização do trabalho deste grupo analisado	110

LISTA DE SIGLAS

ABNT	Associação Brasileira de Normas Técnicas
ABSB	Associação Brasileira dos Salões de Beleza
ABIHPEC	Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos
ANVISA	Agência Nacional de Vigilância Sanitária
CLT	Consolidação das Leis do Trabalho
CNPJ	Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica
CPF	Cadastro de pessoa física
EPP	Empresa de pequeno porte
EPI	Equipamento de proteção individual
HPPC	Higiene pessoal, Perfumaria e Cosméticos
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IHU	Instituto Humanitas Unisinos
ME	Microempresas
MEI	Microempreendedor Individual
NBR	Normas Brasileiras de Regulação
PIB	Produto interno bruto
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SENAC	Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	9
1.1	Definição do problema	12
1.2	Objetivos	14
1.2.1	Objetivo Geral.....	14
1.2.2	Objetivos Específicos	14
1.3	Justificativa	15
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	19
2.1	O trabalho e sua uberização	19
2.1.1	Conceitos do trabalho	22
2.1.2	Relações de trabalho: algumas definições	25
2.1.3	A possível uberização das relações de trabalho.....	28
2.2	A indústria da beleza e seus profissionais	30
2.2.1	Histórico e conceitos da Indústria da beleza.....	32
2.2.2	Principais serviços da indústria da beleza e seus profissionais.....	35
2.2.2.1	<i>Legislação vigente e normas técnicas para abertura de um estabelecimento de beleza</i>	42
3	METODOLOGIA	50
3.1	Delineamento da pesquisa	50
3.2	Campo e sujeitos da pesquisa	52
3.3	Técnicas de coleta de dados	53
3.4	Técnica de análise de dados	55
4	APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS	59
4.1	Apresentação dos sujeitos da pesquisa	60
4.2	A uberização das relações de trabalho: reflexões acerca do conceito .	63
4.3	Características do trabalho na indústria da beleza na percepção de um grupo de profissionais autônomos deste setor	71
4.3.1	Autonomia, remuneração, formalização, seguridade social e início na área da beleza	71
4.3.2	Praticidade e flexibilidade	75
4.3.3	Jornada de trabalho excessiva e desmotivação	76
4.3.4	Realização profissional, sociabilidade, responsabilidade, motivação e satisfação.....	80

4.3.5	Concorrência, diferenciação e valorização	84
4.3.6	Mercado em expansão na cidade, aperfeiçoamento, relações profissionais e relação de trabalho pouco regulamentada	86
4.3.7	Regimes de parceria e predominância feminina no ramo.....	89
4.4	Relações de trabalho do grupo de profissionais autônomos analisado aspectos positivos, negativos e possível uberização	92
4.4.1	Aspectos positivos do trabalho do grupo de profissionais da beleza analisados.....	93
4.4.2	Aspectos negativos do trabalho do grupo de profissionais da beleza analisados.....	96
4.4.3	O trabalho do grupo pesquisado à luz da ideia de uberização do trabalho: algumas percepções.....	100
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	111
	REFERÊNCIAS	117

1 INTRODUÇÃO

Diante de uma conjuntura de constantes transformações desde o século passado, o trabalho é investigado por diferentes áreas do conhecimento, que visam analisar e entender os impactos de suas modificações nas organizações e seus efeitos para o trabalhador e para a sociedade em geral.

Partindo da premissa definida por Karl Marx, o trabalho é a atividade sobre a qual o ser humano emprega sua força para produzir os meios para o seu sustento.

Segundo Alberton (2011), na abordagem marxista sobre trabalho, o homem sente satisfação e se realiza ao trabalhar. Esse comportamento compreende que o desinteresse do homem no produto e no método de seu trabalho é decorrente da organização do capitalismo e da segmentação do trabalho e não da essência do trabalhar.

Na opinião de Mercure e Spurk (2005 apud ALBERTON, 2011), convém ressaltar que apesar de os trabalhos de Marx terem sido escritos em torno da metade de século XIX, suas concepções e investigações da distribuição do trabalho podem ser verificados em nossa sociedade atual. Talvez esses efeitos tenham até mais intensidade do que antigamente, por todas as mudanças transcorridas nos meios empresariais e na sociedade capitalista do consumo.

Na atualidade, de acordo com Alberton (2011), o destaque e a importância que o trabalho tem na vida das pessoas é irrefutável quando se verifica que o ele é utilizado como definidor da ordenação de tempo, fator divisório entre as atividades pessoais e impessoais e, como motivo reconhecido das etapas da vida, como estudar, trabalhar e se aposentar.

Porém, as relações de trabalho têm se modificado ao longo do tempo. Como relações de trabalho compreende-se o grupamento de arranjos institucionais e informais que modelam e transformam as relações sociais de produção nos locais de trabalho, transcendendo por isso a situação laborativa. (LIEDKE, 2006).

No transcorrer das décadas, pode-se perceber que a concepção de trabalho teve variações e que o tema pode ser abordado sob diferentes entendimentos. Em alguns setores estas modificações podem ser ainda mais intensas. Talvez seja o caso do trabalho dos profissionais da indústria da beleza.

No que se refere à indústria da beleza, ela pode ser caracterizada como o desenvolvimento industrial de cosméticos, produtos e serviços. Segundo Oliveira

(2011) a atenção com a beleza acompanha a humanidade desde a idade antiga, quando já se produziam óleos aromáticos, alguns tipos de maquiagem, banhos com ervas, massagens para o corpo e já havia alguns costumes visando à estética. Esses cuidados foram avançando e seguindo novos aspectos com o passar dos tempos, com a expansão de toda uma indústria da beleza, intervenções plásticas, mudanças na maneira de se vestir, criando-se produtos e serviços para homens e mulheres se sentirem mais belos e jovens.

Em relação aos profissionais desta indústria, de maneira geral, ela abrange as atividades de cabeleireiros, barbeiros, esteticistas, manicures, pedicures, depiladores e maquiadores, conforme o Art. 1 da Lei Nº 13.352, de 27 de outubro de 2016, que regulamenta a parceria entre esses profissionais que exercem estas atividades e pessoas jurídicas registradas como salão de beleza.

De acordo com dados do Sebrae Nacional (2017), em 2017 o Brasil tinha cerca de 600 mil pequenos negócios no segmento de beleza, incluindo MEI, microempresas e empresas de pequeno porte de cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza. O número cresceu quase cinco vezes em relação a 2010, quando havia um pouco mais de 113 mil pequenos negócios no ramo. Os cabeleireiros foram a segunda maior categoria deste tipo de empreendedor, atrás somente de vendedores de roupas.

Por conseguinte, com o surgimento da economia inovadora, de acordo com Fava (2016) aceita-se que a era de emprego integral esteja chegando ao desfecho final. De modo geral, é inegável que ainda permanece à maneira dominante, mas outras distintas ocupações estão se revelando como exemplos: o trabalho freelance, o trabalho autônomo em tempo parcial, o trabalho *just in time*. As empresas individuais despontam como perspectivas viáveis. Em vários ramos produtivos, essas alternativas, muitas vezes informais, estão crescendo velozmente. Compreender estes movimentos, estas mudanças, seus limites e possibilidades torna-se algo relevante.

Destaca-se que em termos desta pesquisa o foco é analisar como atuam esses profissionais autônomos que trabalham em salões de beleza sem vínculo celetista e como formam-se essas parcerias com esses estabelecimentos de beleza.

Talvez estes profissionais, assim como outros, possam fazer parte de um movimento de uberização das relações de trabalho.

Por uberização das relações de trabalho, entende-se uma série de transformações do trabalho, as quais destacam-se características como o vínculo frágil, a incerteza, a falta de segurança formal, a precariedade, a renda variável, entre outros. Conforme Schwab (2016), muitas relações de trabalho serão transformadas da percepção tradicional. Gradativamente, um número maior de empregadores utilizará a ‘nuvem humana’ – trabalhadores que podem ser localizados em qualquer parte do mundo para atividade de problemas e projetos. Os benefícios serão a versatilidade no trabalho, tempo e local. As desvantagens, porém, é de que se trata de trabalho não regimentado.

Schwab (2016) propõe que a quarta revolução industrial solicitará e destacará a capacidade dos trabalhadores em se ajustar constantemente e desenvolver novas aptidões.

Pode-se mencionar por exemplo de transformações das relações de trabalho a Uber, a maior empresa de táxis do mundo que não possui sequer um veículo. O Facebook, o proprietário de mídia popular do mundo, não cria nenhum conteúdo. Alibaba, o varejista mais valioso, não possui estoques. E o Airbnb, o maior provedor de hospedagem do mundo, não possui sequer um imóvel.” (GOODWIN, s/d., p. 28-29).

Com base nestas transformações, os itens que compõe a uberização, fazem dela uma definição relevante. Conforme Abílio (2017), inicialmente, a questão da extinção do vínculo empregatício. O trabalhador é um nano empreendedor, e a empresa não é uma empregadora, e sim, aliada ou parceira e não há qualquer tipo de contrato de trabalho, nem mesmo de prestação de serviços. Este trabalhador passa a ser definido como um microempreendedor, que tem autonomia sobre seu próprio trabalho, que não tem dirigente, que administra sua própria vida para subsistir. (IHU, 2017).

O professor Antunes (2017), refere-se à sociedade da terceirização total, em que a empresa atua como uma intermediária, que fornece a infraestrutura para a realização do trabalho. (IHU, 2017).

Dentro deste contexto de transformações do mundo do trabalho, pode-se pensar nos profissionais da indústria da beleza de todo o país, inclusive os da cidade de Taquara/RS, que são o campo da presente pesquisa.

1.1 Definição do problema

O Brasil é considerado o terceiro maior mercado do mundo em produtos e serviços de beleza. Os salões de beleza fazem parte do dia a dia do brasileiro e precisam seguir algumas regras. A Agência Nacional de Vigilância Sanitária, regulamenta esses estabelecimentos e chama atenção para os riscos de contrair doenças como dermatoses, micoses e parasitas ou uma doença infectocontagiosa, como hepatite ou até mesmo Aids.

Segundo pesquisa realizada pelo Sebrae Nacional (2016), cerca de sete mil salões de beleza são abertos por mês, no País. O Senac-RS percebendo este mercado em expansão, oferece o curso de Cabeleireiro, na cidade de Taquara desde 2004.

A cidade de Taquara tem seu nome proveniente da cerrada vegetação de bambus silvestres (taquarais) que na época de sua colonização cobria as margens do Rio dos Sinos, um dos cursos d'água que banha a cidade e abriga em seu território, atividades que surgiram a partir dos empreendimentos familiares dos imigrantes, em grande parte de origem germânica, ligados em sua maioria aos setores industrial e comercial que detém um elevado percentual da economia de Taquara.¹

A partir de 1950, o calçado passou a ter relevância na economia taquarense, sendo que sua produção hoje é quase toda exportada. O comércio passou a ter representatividade em razão da privilegiada posição geográfica do município.

Conforme os dados do IBGE,² em 2010, Taquara possui 54.656 habitantes, que, em sua maioria, residem na área urbana. O Município de Taquara está localizado na Encosta Inferior da Micro região Colonial da Encosta da Serra Geral, e dista 72 Km de Porto Alegre; 40 Km de Gramado; 48 Km de Canela; 40 Km de São Francisco de Paula; 36 Km de Novo Hamburgo e 89 Km de Tramandaí, o que ocasiona um clima subtropical onde o inverno é rigoroso e com características europeias, também possui como uma de suas principais características a privilegiada localização geográfica: o município é ponto de ligação entre importantes

¹ Disponível em: <http://www.taquara.rs.gov.br/?titulo=Cidade&template=conteudo&categoria=835&codigoCategoria=835&idConteudo=2890&tipoConteudo=INCLUDE_MOSTRA_CONTEUDO> Acesso em: 1 out. 2018.

² Disponível em: <<http://brasilensintese.ibge.gov.br/servicos.html>>. Acesso em: 1 out. 2018.

regiões do Rio Grande do Sul, como a Serra Gaúcha, Litoral, Região Metropolitana e Vale do Sinos.

A cidade possui em média 2.310 empresas atuantes e 10.833 assalariados. O salário médio mensal é de 2.0 salários mínimos, de acordo com o IBGE (2016).³ A proporção de pessoas ocupadas em relação à população total era de 24.6%.

Devido a seu peso histórico, Taquara exerce papel de pólo regional em diversas áreas. Uma delas é a do comércio, que apresenta notória diversificação em todos os ramos, podendo se comparar à estrutura dos grandes centros.

O município também é considerado pólo no setor de ensino e da saúde, com estabelecimentos de alto nível que prestam atendimento à população de diversas cidades vizinhas.

Outro setor muito desenvolvido é o da prestação de serviços, onde se inclui a localização de diversos órgãos públicos de atuação regional, o que favorece o comércio local.

Estatísticas do Portal do Empreendedor, constata em Taquara 219 estabelecimentos comércio varejista, seguido de 170 na construção e em terceiro lugar a área da beleza, com 169 estabelecimentos na categoria MEI. (SEBRAE, 2018).

Porém, segundo dados da Prefeitura Municipal,⁴ verifica-se que o município possui 144 inscrições com o CNAE "S9602-5/01 - Cabeleireiros, manicure e pedicure". Sendo 73 destes inscritos como Microempreendedor Individual, 61 como autônomos e os demais como Pessoa Jurídica não enquadrada como MEI. (TAQUARA, 2018).

Entretanto, apesar de não existirem dados oficiais, pode haver um número ainda maior de estabelecimentos de beleza a partir da percepção da informalidade,

Estima-se em média 20 formandos anualmente no curso de cabeleireiro do Senac na cidade de Taquara. (SENAC, 2018).

Pode haver possibilidades de expansão da indústria da beleza na cidade de Taquara, tendo em vista peso histórico de pólo comercial do município e o número de sua população em comparação à quantidade de estabelecimentos ativos.

³ Disponível em: <<http://brasilemsintese.ibge.gov.br/servicos.html>>. Acesso em: 1 out. 2018.

⁴ Disponível em: <http://www.taquara.rs.gov.br/?titulo=Cidade&template=conteudo&categoria=835&codigoCategoria=835&idConteudo=2890&tipoConteudo=INCLUDE_MOSTRA_CONTEUDO> Acesso em: 1 out. 2018.

Em consequência de a autora executar atividades no ramo da beleza na cidade de Taquara durante dez anos, sabe-se que em virtude das exigências das condições físicas citadas acima, na cidade campo da pesquisa, alguns estabelecimentos não são formalizados por não se encaixarem nos requisitos básicos. Pode ser ainda uma objeção de profissionais da indústria da beleza em buscarem certificações, o que pode fazer com que alguns, se mantenham na ilegalidade.

Diante do exposto, emerge a questão problema da presente pesquisa: Como as relações de trabalho de um grupo de profissionais autônomos que atuam em salões de beleza da cidade de Taquara/RS se aproxima ou não da ideia de uberização destas relações com seus aspectos positivos e negativos?

1.2 Objetivos

A seguir estão colocados os objetivos da presente pesquisa na sequência.

1.2.1 Objetivo Geral

Analisar as relações de trabalho de um grupo de profissionais autônomos que atuam em salões de beleza da cidade de Taquara/RS à luz da ideia de uberização destas relações, compreendendo seus aspectos positivos e negativos

1.2.2 Objetivos Específicos

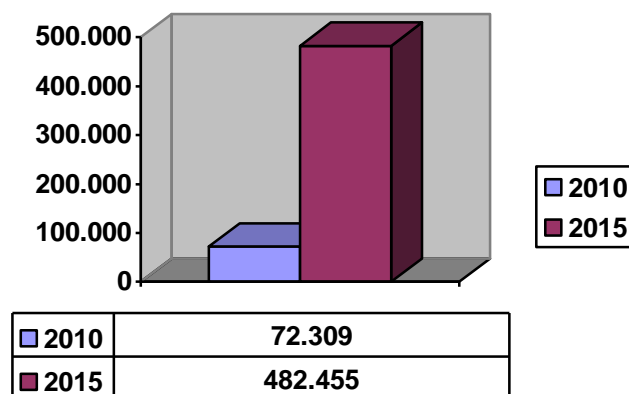
- a) Compreender o conceito de uberização das relações de trabalho e seus principais aspectos.
- b) Identificar as principais características das relações de trabalho de um grupo de profissionais autônomos de salões de beleza da cidade de Taquara/RS.
- c) Compreender em que aspectos as relações de trabalho destes profissionais se aproximam da lógica da uberização, percebendo seus aspectos positivos e negativos.

1.3 Justificativa

A beleza é uma característica ou um conjunto de características que são agradáveis à vista e que são capazes de cativar o observador segundo o dicionário on line. (BELEZA, 2017). Homens e mulheres buscam melhorar sua aparência constantemente, utilizando produtos e serviços da indústria da beleza. Ressaltando que no dicionário Aurélio Buarque de Holanda Ferreira, o belo é o que tem forma perfeita e proporções harmônicas; que é agradável, elevado, sublime. (FERREIRA, 1998, p. 90).

A vaidade feminina e masculina fomenta um mercado em ascensão que movimenta mais de R\$ 38 bilhões por ano no Brasil. Uma das categorias que mais cresceu nesta tendência foi a formalização de Microempreendedores Individuais (MEIs), profissionais que faturam até R\$ 60 mil por ano até 2017. A partir 1º de janeiro de 2018 o limite anual de faturamento para adesão ao regime tributário do MEI passa para R\$ 81 mil. Entre os anos de 2010 e 2015, o número de registros nesse segmento teve um incremento de 567%, passando de 72.309 para 482.455 em janeiro de 2015, segundo dados do Sebrae Nacional (2015).

Gráfico 1 – Número de registros MEI



Fonte: SEBRAE, 2015.

Partindo desse pressuposto, a indústria da beleza, cresce cada vez mais no país. Segundo dados do Sebrae (2018), os serviços especiais como cabeleireiros, manicure e pedicure, atividades de estética e beleza, comércio de cosméticos, etc., são exemplos de segmentos com potencial de expansão/recuperação no mercado

interno em 2018, no grupo dos Microempreendedor Individual (MEI). (SEBRAE, 2018).

Os serviços pessoais de Cabeleireiros, manicure e pedicure, atividades de estética e beleza, comércio de cosméticos, etc. Essas atividades têm sistematicamente se mantido entre as que mais criam MEI's, todos os anos, desde 2009.

A indústria da beleza cresceu em torno de 10% ao ano desde 2001, segundo dados Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC).

Entre 2009 e 2016, o segmento de HPPC (higiene pessoal, perfumaria e cosméticos), que inclui corte e tratamento de cabelos, manicure, pedicure, atividades de estética e outros serviços associados aos cuidados com a beleza, angariou cerca de 645 mil novos MEI e mais 26 mil Microempresas (ME) e Empresas de Pequeno Porte (EPP). (ABIHPEC, 2017).

Nesse cenário, foi expressivo o desenvolvimento do número de empresas que exercem atividades de beleza no Brasil nos últimos anos, quadro no qual tem destaque o papel do MEI. Segundo o Sebrae (2018), o setor continua crescendo e demonstra a possibilidade de esperar a continuidade desse movimento de alta expansão deste grupo de atividades em 2018.

Atualmente no estado do Rio Grande do Sul, o número de MEI da área da beleza chega a 157.249 no CNAE 9602502, código caracterizado por outras atividades de serviços pessoais. (IBGE, 2018).

Seguindo esta linha, todos esses dados justificam esse crescimento evidenciado e demonstram a importância de se estudar este segmento que cresce progressivamente, o qual precisa ser entendido.

Quanto à cidade de Taquara, campo da presente pesquisa, de acordo com as estatísticas do Portal do Empreendedor, a cidade possui 129 estabelecimentos com o cnae 9602-5/01 Cabeleireiros e 40 estabelecimentos de manicure e pedicure sob o cnae 9602-5/02 Atividades de estética e outros serviços de cuidados com a beleza.

Conforme o Ministério do Trabalho, a informalidade apresenta-se como a chaga social mais nociva para o mundo do trabalho, depois do trabalho comparado ao de escravo e do trabalho infantil, sendo ela capaz de transpor seus efeitos danosos em toda a sociedade. (BRASIL, 2015).

A informalidade e a precarização das relações de trabalho podem ser outro fator a justificar o presente estudo. Conforme Fava (2016), operários de fábricas e até prestadores de serviços menos capacitados sempre foram criativos de alguma forma aproveitável. Além de que o conteúdo criativo de muitas funções agregadas à camada trabalhadora e à classe de serviços vem aumentando.

Em Taquara conforme os dados trazidos, talvez possa existir o problema da informalidade, o qual que precisa ser entendido e o presente estudo pode vir a justificar esse escopo.

Destaca-se que este setor tem como característica a atuação informal decorrente da necessidade causada pelo desemprego, a qual pode vir a justificar a necessidade dos indivíduos a trabalharem na ilegalidade. Esses mesmos profissionais podem ainda continuarem clandestinamente devido às dificuldades do setor, como concorrência acirrada, condições econômicas para à formalização e talvez, escassez de informação por parte de alguns que acostumaram dessa forma irregular, não buscando conhecimento e nem possivelmente especialização na área.

Conforme esse fornecimento de serviços em relações informais de trabalho cresce, de acordo com Fava (2016), uma pessoa *just in time* poderá prestar serviços para diversas companhias concomitantemente, experimentando suas competências e habilidades. A liberdade e autonomia desses especialistas é capaz, produtiva, eficiente, pois permite que a pessoa *just in time* centralize em competências e habilidades próprias, oportunizando eficaz contribuição. (FAVA, 2016). Em relação ao trabalho na indústria da beleza, o mesmo pode se tornar informal e até mesmo uberizado. Esse é um dos fatores que visa justificar, de forma a contribuir para a qualificação destas relações de trabalho.

O tema Uberização das relações de trabalho, torna-se relevante no que tange ao campo da Administração, na reflexão sobre os fenômenos consequentes desta relação. Conforme Alberton (2011), o contexto das relações de trabalho é produtivo para o cenário da Administração, economia, sociologia e psicologia, entre outras áreas do conhecimento. Então, torna-se importante para a área da administração estudar este fenômeno pois está dentro do escopo dos estudos da área.

Ao se examinarem alguns dados do Sebrae Nacional em relação ao número de estabelecimentos registrados no Brasil, verifica-se que em 2015 haviam 496.141 Cabeleireiros, Manicure/Pedicure, Esteticistas e afins. Já em 2017 esse número

cresceu para 628.110 Cabeleireiros, Barbeiros, Manicures e Pedicuras. (SEBRAE, 2017).

Em consequência deste crescimento da indústria da beleza, convém lembrar, a importância do presente estudo aos profissionais inseridos no mercado e a necessidade do conhecimento correto aos novos empreendedores que pretendem ingressar no ramo para não façam os mesmos erros cometidos por profissionais que tenham fracassado.

Por conseguinte, para a autora, o interesse desta pesquisa é analisar os profissionais da área da beleza da cidade de Taquara, por considerar os avanços dos conceitos de trabalho relacionados aos autônomos desta área, tendo em vista que foi inserida neste mercado de trabalho durante 10 (dez) anos, atuando como cabeleireira e proprietária de um salão de beleza. E é importante ressaltar a abrangência dessa área profissional em evolução constante e a necessidade de conhecimento relativo aos tipos de parcerias existentes, visando garantir benefícios ao profissional.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo é desenvolvido o referencial teórico utilizado para fundamentar esta pesquisa, apresentando os conceitos relacionados ao tema.

2.1 O trabalho e sua uberização

Dentro deste subcapítulo, será iniciado o conceito do trabalho e seu histórico, as relações de trabalho, suas definições e suas modificações com o decorrer do tempo e ainda, a possível uberização das relações de trabalho.

Conforme Alberton (2011), acredita-se que devido às modificações no âmbito do trabalho, este se remodela e se readapta a todo o instante. A expansão do setor de serviços, nos últimos cinquenta anos, unida à contenção da ocupação industrial, tem instigado a concepção de aspectos diferenciados de trabalho, também compreendido como trabalho flexível. O autor menciona ainda, que o trabalho flexível permite uma adaptação em que as organizações determinam variações ao emprego formal convencional. Esta flexibilização considera tanto trabalhadores estabelecidos em regime CLT quanto os que possuem trabalho informal, com ela passam a ter vínculos diferenciados com as instituições em que trabalham.

Uma interpretação de flexibilização do trabalho conforme Holzmann e Piccinini, (2006, p. 131 apud ALBERTON, 2011 p. 42):

[...] o conjunto de processos e de medidas que visam alterar as regulamentações concernentes ao mercado de trabalho e às relações de trabalho, buscando torná-las menos ordenadas e possibilitando arranjos considerados inovadores diante de uma forte tradição de controle legal das relações laborais.

Com o desenvolvimento progressivo da flexibilização do trabalho, aumenta o número de trabalhadores que ficam submetidos a novos acordos de fornecimento de serviço. De acordo com Holzmann e Piccinini (2006 apud ALBERTON 2011), nesse novo paradigma, podem-se encontrar modificações desde os contratos por tempo determinado (*casual-workers*), contratos temporários (*temporary-workers*), trabalhadores em tempo parcial (*part-time-workers*) e ainda os trabalhadores por conta própria (*self-employed-workers*). Esses exemplos, relevam-se modificados do

molde habitual de trabalho, que possuem contratos ilimitados, jornada integral e fixada, durabilidade e acolhimento social.

Pastore (1994 apud ALBERTON, 2011) exemplifica que as junções diferentes resultantes da flexibilização do trabalho, possuem uma propensão natural em virtude da globalização e da busca, por parte dos clientes, de bens e serviços mais variados e preços de menor valor, fazendo com que as empresas remodelem o trabalho para vencerem a concorrência. Essas circunstâncias têm ocasionado consideráveis alterações, como a limitação das propostas de ocupação efetiva e diminuição da remuneração, provocadas pelo acréscimo da concorrência entre as empresas.

No entanto, no ponto de vista de Piccinini, Oliveira, Rubenich (2006 apud ALBERTON, 2011), pode-se compreender a flexibilização do trabalho como uma maneira de fraudar legislação do trabalho, sendo uma possibilidade para restringir os gastos das empresas com os trabalhadores. No sistema capitalista em que vivemos, a espécie de trabalho flexível seria preponderante, já que o intuito do lucro pode fazer que as organizações o analisem como referência, o que seria capaz para a precarização do trabalho. Entretanto, compreende-se que nem todas as alternativas de flexibilização do trabalho, ocasionam a precarização.

Em consequência dessa flexibilização do trabalho, surge a “Uberização do Trabalho”. A expressão tem como referência a empresa UBER. O aplicativo UBER disponibiliza uma plataforma tecnológica que permite a comunicação entre motoristas previamente cadastrados e pessoas interessadas em contratá-los para o transporte individual. Segundo a Uber, são descontados 25% sobre o valor de cada corrida efetuada pelos motoristas da categoria UberX, enquanto no UberBLACK a porcentagem cai para 20%. (UBER, 2018).

De acordo com Ferrer e Oliveira (2018 apud FONTES, 2017), o impacto do sistema UBER no contexto nacional foi tão expressivo que acabou gerando um novo verbo “uberizar”:

Melhor, talvez, do que uma longa explicação teórica seja detalharmos um exemplo sobre algo muito corriqueiro: o Uber. Seu enorme impacto já gerou novos termos, como a “uberização das relações de trabalho” e um verbo, uberizar. Vamos nos ocupar, sobretudo, dessa empresa específica, mas ela não é nem original, nem a única. A forma como opera atravessa diversos setores (alojamento e transporte, financiamento, produção etc.), estimulada por processos explícitos de “incubação”, através de *startups*, gerando

várias modalidades da assim mal-chamada “economia colaborativa”. (FONTES, 2017, p. 54).

Em conformidade com Minetto, (2015), a plataforma não reflete uma transformação somente em sua atividade, mas em toda a maneira de efetuar negócios. O termo uberizar virou sinônimo de mudar a forma como os negociadores conduzem seus negócios. Empresas revolucionárias dispõem da tecnologia com a finalidade de posicionar consumidores e fornecedores em contato direto. Desta forma, os intermediários não intervêm diretamente no processo. A incumbência deles é assegurar que aqueles que buscam um serviço possam localizar pessoas propensas a disponibilizar essa demanda. (MINETTO, 2015).

Além disso, segundo Ferrer e Oliveira (2018 apud FONTES, 2017), o intitulado sistema UBER, ocasionou o princípio de novas funções, oportunizando uma inovação do mundo do trabalho, não mais ligado à legislação trabalhista ou às cláusulas contratuais, mas mantido à racionalidade (neo)liberal.

[...] a tecnologia costuma ser empregada como algo ‘externo’ à humanidade e indiferente à sua sorte [...] Ela torna-se uma ameaça, brandida regularmente, como maneira específica de eliminar de eliminar trabalho (isto é, emprego) na vida social, substituindo os seres concretos em funções que, doravante, serão eliminadas pelo uso de tal ou qual método ou tecnologia. A tecnologia é simultaneamente ameaça difusa de desemprego e promessa do fim do trabalho. (FONTES, 2017, p. 50).

A etapa de trabalho não transcorre como apuração do custo trabalhado, sendo calculado apenas aquilo que foi realizado semanalmente, isento do tempo utilizado ou do empenho, ou seja, só é pago o tempo com o passageiro dentro do veículo. Firmino (2018) salienta a insuficiência de preocupação e o desinteresse com o vínculo trabalhista, podendo-se perceber no conteúdo abordado por Kalleberg, acerca da globalização na atualidade observa tais relações:

Mudanças em instituições legais e outras mediaram os impactos da globalização e da tecnologia no trabalho e nas relações de emprego. Os sindicatos continuaram a declinar, enfraquecendo uma fonte tradicional de garantias e de proteções aos trabalhadores e rompendo o contrato social entre capital e trabalho do pós-guerra. As regulamentações governamentais que estabeleciam os mínimos padrões aceitáveis no mercado de trabalho erodiram com as normas que governavam a competição no mercado de produtos. Os sindicatos declinaram, e a desregulação trabalhista e econômica

reduziu o poder das forças de equilíbrio que permitiam aos trabalhadores compartilhar ganhos de produção. Com isso, a balança do poder pendeu dos trabalhadores para os empregadores. (KALLEBERG, 2010, p. 49).

No que se refere à questão da ausência do vínculo, Firmino (2018) aponta que alguns empregadores acreditam que a Consolidação das Leis Trabalhistas denota uma alta regulação do Estado no seu negócio: “como a legislação trabalhista é muito detalhista, estimularia o descarte dos trabalhadores oriundos do mercado formal (porque seriam muito “caros”) e sua substituição por trabalhadores do mercado informal.” (FIRMINO, 2018 apud SILVA, 2010, p. 68).

2.1.1 Conceitos do trabalho

A compreensão de trabalho na sociedade capitalista, está ligada relativamente ao emprego remunerado. Ou seja, assimila-se por trabalho uma ocupação executada definitivamente por alguém para obter pagamento ou não, em recompensa de um empenho físico e/ou mental realizado para um indivíduo ou para uma empresa, define Alberton (2011). A concepção de emprego, no que lhe concerne, pode ser interpretado como uma relação de trabalho que é reconhecida, dentro de estipulados parâmetros e regras determinadas pelo Estado.

Do mesmo modo, para Cattani e Liedke (2006 apud ALBERTON, 2011) o trabalho pode ser visto como uma produtividade de bens e serviços e como agrupamento das situações de realização dessa ocupação. Com o início e crescimento do capitalismo, o labor humano estabeleceu-se como uma relação econômica singularizada. Nesse questionamento, o reconhecimento do trabalho equivale ao benefício do procedimento realizado, ou seja, a probabilidade de serventia do esforço do trabalho disposto em ação para contentar necessidades.

Na abordagem marxista de Albornoz (2006 apud ALBERTON, 2011), a autora interpreta que o indivíduo comercializa seu tempo, seu esforço e sua habilidade de fabricar algo para outro indivíduo. Com a realização de somente uma porção do trabalho, as capacidades mentais também se tornam alheias à realidade, pois a prática habitual leva todos os trabalhadores a serem conhecedores com destreza do seu trabalho.

Liedke (2006 apud ALBERTON, 2011) explora outro questionamento, em que o trabalho do homem, pode ser compreendido como algo satisfatório e uma obra sublime, principalmente na explicação weberiana a respeito do trabalho.

Essa interpelação, baseada nas obras de Max Weber, conforme Liedke (2006 apud ALBERTON, 2011) colaborou para uma interrupção com a tradição cristã, que dividia a vida espiritual da vida habitual. O trabalho, nessa base, passa a ser entendido como o desempenho da obrigação espiritual daqueles que foram designados pelo chamado divino.

Dessa forma, Weber (2006 apud ALBERTON, 2011) cita que a adoração ao trabalho e a aptidão natural são os componentes mais específicos da classe capitalista. Então, o trabalho pesado simboliza um motivo em destaque na vida de um homem fornecendo-lhe credibilidade, caso ele se revele aplicado e batalhador, também podendo estabelecer falta de confiança pelos demais, caso seja um indivíduo indolente e negligente. Para Weber, integra o espírito do capitalismo que os indivíduos aparentem ter honradez e sejam esmerados, tencionando a acrescentar a sua confiabilidade em face da sociedade e a fé sagrada.

De modo histórico, o trabalho é identificado por uma estrutura afastada e extrativa, em que o trabalho se manifesta como uma obra integrante à utilização da natureza. O homem retira fruto originado por uma mata ainda virgem; tira do rio e/ou do mar os peixes e caça para sua própria subsistência e de sua espécie. Não há carência de produzir mais que o usual, sendo assim, nem havendo obrigação de possuir abundância de posses. A economia, nesta ocasião da história, é apenas de sobrevivência. (ALBORNOZ, 2006 apud ALBERTON, 2011).

Posteriormente, em épocas de economias separadas e itinerantes, a lavoura oportuniza a estabilização do homem à terra. Nesse momento, na visão de Albornoz (2006 apud ALBERTON, 2011), o trabalho passa a ser de intervenção e transformação na natureza, como a semeadura, a safra, as queimadas, em proporção maior do que era apenas ao sustento. Em companhia ao cultivo na terra, fica visível a ideia de posse e de produção remanescente, em que uma parcela do cultivo é utilizada pelos criadores, e o restante de produção pode ser comutado por produtos que inexistentes e que esses indivíduos não produzem.

Entre os séculos V e XV, com as guerras ocorridas durante a Idade Média, Albornoz (2006 apud ALBERTON, 2011) salienta que importantes mudanças ocorreram relacionadas ao trabalho. A população atingida na guerra continua a

trabalhar e transferir o restante da produção aos novos donos das terras. Os escravos capturados compõem o pilar do esforço de trabalho e conservavam-se abaixo do povo dominado. Do trabalho com a terra se junta o capital que instiga a expansão do trabalho artesanal e fortalece a comercialização.

Conforme descrito por Guareschi, Grisci (1993 apud ALBERTON, 2011), posteriormente à Idade Média, até meio do século XVII, a maioria do trabalho é feita por artesãos, frequentemente indivíduos do mesmo parentesco, que negociam particularmente as suas criações. Todavia, com o aparecimento das fábricas, no final do século XVII, materializa-se a segmentação do trabalho e forma-se pouco a pouco, a relação efetiva de trabalho. Com a ramificação do trabalho, os lucros crescem e o avanço das decorrências econômicas alcança um patamar ainda não obtido no transcorrer da história, em atributo a melhoria adquirida na escala de produção.

A iniciativa para a revolução industrial de acordo com Lakatos (1997 apud ALBERTON, 2011) ocorre com o decorrer do tempo, em que o homem analisou uma maneira de trocar a força e seu vigor, pela potência dos animais e das águas, o fez subsequentemente por equipamentos. Atualmente, o homem do mesmo modo desenvolve temporários para seus sentidos, como artefatos mecânicos para a visão, audição, tato, entre outros, e inova a maneira de trabalhar, com o invento de computadores capacitados de pensar de forma lógica incontáveis vezes mais eficiente e velozmente que nosso próprio cérebro.

Para Lapis (2006 apud ALBERTON, 2011), o final do século XIX e início do século XX refletem, a estabilidade dos grandes acúmulos industriais, comprovando a veracidade de uma transformação significativa na maneira de trabalhar e de fabricar. A compreensão da divisão do trabalho é incomum, os trabalhadores desempenham uma fração menor do método de trabalho. Na época atual, milhares de assalariados juntam-se em um mesmo espaço de trabalho e o comércio deste, por meio do emprego, é convencional na comunidade em que vivemos. Esse modo de se trabalhar e de se manufaturar assegurou ótimos ganhos às organizações, pelos cinquenta anos seguintes.

Ainda conforme autora citada acima, no final da década de 1960 e o início dos anos 1970, países de capitalismo evoluído conhecem uma época de crise preocupante. De maneira geral, inúmeras transformações culturais atingem a sociedade daquele período. Além disso, evidenciam-se agitações coletivas, tal como

dos estudantes, indagando a maneira de vida capitalista, assim como os sindicatos, com desaprovação no regime fordista e descontentamento à divisão entre a concepção e efetivação do trabalho.

No dizer de Marx (1970 apud ALBERTON, 2011), com o aparecimento das indústrias, em torno de 1850, elas retratam, por um lado, o entendimento de trabalhadores livres, que ficam dependentes para fabricação de um artigo, e em contrapartida, a ramificação desses mesmos trabalhadores em ocupações isoladas e em conjunto perante à coordenação do mesmo recurso.

Na visão de Marx (1970 apud ALBERTON, 2011), conseqüentemente, isso tem sequelas graves ao homem, pois encerra com a porosidade que o trabalho artesanal consiste em ligação à sua realização em tempo estipulado. O trabalhador deve se acostumar ao movimento da produção, e não o inverso.

Na atualidade, a importância e o destaque que o trabalho tem na vida dos indivíduos, são perceptíveis, quando se verifica que o ele é usado como organização de diversas partes, como ocupação existente, além do que exerce motivo construtivo nos estágios da vida do humano. Conforme Bastos, Pinho, Costa (1995 apud ALBERTON, 2011) a noção das pessoas é de suas vidas são organizadas de acordo com o serviço que elas têm.

Para Meda (1996 apud ALBERTON, 2011) o trabalho do mesmo modo é compreendido como um requisito primordial para ser inserido à sociedade e desenvolver sua individualidade. Humanos sem ocupação, sentem-se inexistentes, pois ele é o único empenho comunitário acessível nos dias de hoje. O trabalho seria o alicerce do convívio social em sua totalidade, desse modo, não é razoável pressupor qualquer dedicação geral ou comunitária ou de junções sociais que não transcorrem do trabalho.

2.1.2 Relações de trabalho: algumas definições

A compreensão de relações de trabalho é relativa às circunstâncias em que acontece um fornecimento ou prestação de serviços de um trabalhador ou uma equipe de trabalhadores, para uma instituição. De acordo com Alberton (2011), estas situações podem ser melindrosas e requerem análise conforme as inúmeras travessias e ocorrências desta ligação.

Conceitualmente, pode-se descrever relações de trabalho, como sendo

[...] o conjunto de arranjos institucionais e informais que modelam e transformam as relações sociais de produção nos locais de trabalho, transcendendo por isso a situação laborativa. No capitalismo, as relações de trabalho caracterizam-se como relações de assalariamento. (LIEDKE, 2006, p. 242).

Do ponto de vista do autor Marras (2001 apud ALBERTON, 2011), como atuantes nas relações de trabalho, nota-se essencialmente, o capital e o trabalho. O capital consegue ser compreendido como a abundância de dinheiro destinado pelo homem pretendendo ocasionar seu crescimento através de rendimentos, usando dos fundos e dotes disponíveis. Na atual sociedade, o capital é exercido pelas empresas ou organizações. No contexto trabalhista, o proprietário de uma organização com objetivos de proporcionar lucros é classificado como um capitalista.

O trabalho, em contrapartida, segundo o autor citado, diz respeito a totalidade de tempo, esforço e empenho pessoal de alguém ou de um conjunto de pessoas, aspirando ganhar algo em retribuição, seja ela em espécie financeira ou material, ou ainda um composto das duas, que possa lhe conceder cuidar de suas demandas próprias e coletivas.

Alberton (2011, p. 34) explicita seus pressupostos a respeito da relação capital e trabalho:

Na relação entre esses dois atores – capital e trabalho – o conflito é inerente à própria relação entre ambos. Este conflito, originário ainda nos primórdios da civilização industrial, deriva de princípios e de práticas que mostram o capitalista como um explorador daquele que vende o seu trabalho – no caso o trabalhador – e submete este a uma total dependência do capitalista para sobreviver e se manter na sociedade, já que isso ocorre, principalmente, por meio do trabalho.

Apesar disso, conforme o autor, do mesmo modo pode se entender as relações de trabalho como uma situação na qual os dois atores alcançam seus objetivos e não apenas um deles, o capital como referido primeiramente.

O estímulo tecnológico acarreta alternativas de adaptação às imposições de mudanças nos produtos. Baumgarten (2006 apud ALBERTON, 2011) cita que as máquinas de produção se convertem em agilidade e concedem mudanças e ajustamento às oscilações do mercado, requerendo configurações das organizações do trabalho. Estas mudanças desabrocham um moderno delineamento de

trabalhador, que seja capaz de desempenhar todos os utensílios tecnológicos das organizações. Em função disso, agrega-se lucro à produtividade, reduzindo o tempo de produção e melhor acomodação do conjunto do método produtivo.

Segundo Alberton (2011), pode-se compreender que a definição de relações de trabalho está relativo ao ambiente onde acontece as circunstâncias de trabalho, por intermédio de um emprego efetivo ou não. Este quadro, no que concerne, é suggestionado por diferentes fatores, internos e externos da organização. Mediante este cenário, incorpora-se uma determinada sociedade, por meio de moldes de receita definidos na relação de trabalho e pelos requisitos de trabalho concedidos pelas organizações aos trabalhadores para aquisição de seus propósitos financeiros.

Partindo da inferência das modificações das relações de trabalho, percebe-se que a estrutura do trabalho começa a mudar a partir dos anos 80 sobretudo nas empresas de maior porte que operam com mercados internacionais. De acordo com Novick (2000 apud ALBERTON, 2011), começa uma temporada de inserção de variadas técnicas, como controles de qualidade, modo *just in time*, trabalhos em grupo, várias funções, redução da estrutura hierárquica, dentre outros, que caracteriza o modo japonês de organização do trabalho. Geralmente, essas novas configurações de sistematizar o trabalho tem como alicerce, a procura por avanços de produtividade.

Nessa prática, novos sistemas de trabalho revelam-se, e a fabricação em série e em massa, característica do processo fordista e taylorista, é alterada pela versatilidade da produção e pelo comando de domínio flexível. Antunes (1995 apud ALBERTON, 2011) salienta, que essas ações decorrem como resultado da procura por novos moldes de produtividade e também por novos formatos de adaptação da produção à lógica do mercado, tencionando conservar as organizações competitivas na comercialização e assegurar a base rentável. Como resultado, evidencia-se, a partir da década de 1980, as variações no mundo do trabalho, com tal intensidade em seus aspectos de implantação quanto no formato de representação sindical e política. Entretanto, essas mudanças são tão acentuadas que atingem não apenas a tangibilidade do homem trabalhador, do mesmo modo a sua intangibilidade e em decorrência, o seu aspecto.

Corroborando com essa ideia, Holzmann (2006 apud ALBERTON, 2011) afirma que no ramo de serviços, modernas abordagens são colocadas em ação,

com relevância de que o trabalho exercido nesse ramo tem como propósito o humano em si e não o produto industrial.

A partir da metade do século XX e com as mudanças ocorridas, manifesta-se claramente o reconhecimento do trabalho intangível. Grisci (2006 apud ALBERTON, 2011), ressalta a esta espécie se identifica pelo grupamento de qualidades mentais, corporais, inovadoras, férteis, cordiais e sociáveis do trabalhador. Esses atributos são reconhecidos e solicitados pelas organizações, além de reverter em produtos materiais, colocam à disposição produtos intangíveis, como a ligação de confiança, de certeza e de tranquilidade, constituindo uma nova associação de produção-consumo.

2.1.3 A possível uberização das relações de trabalho

Em conjunto às mudanças ocorridas na sociedade e nas organizações, percebe-se também a mudança na forma do trabalho. Conforme Cattani (2000 apud ALBERTON, 2011), no último século, ocorreram intensas e velozes transformações sociais, táticas e culturais, as quais associam-se de modo inesperado. A expansão do setor de serviços unida as modificações tecnológicas e as modernas formas de comunicação, demonstram que a sociedade como um todo é transformada.

Lapis (2006 apud ALBERTON, 2011), ressalta que é fundamental entender que o mundo do trabalho atravessa transformações que estão ligadas a diferentes aspectos. Essas transformações, podem modificar o conteúdo do trabalho e, possivelmente, o significado que o homem lhe dá. Do modo que as transformações que aconteceram no mundo do trabalho se estabelecem e se percebem suas influências, outro ponto emerge: sua centralidade ou não na vida humana.

Autores divergem sobre o tema. Alguns, como Gorz, 1987, Offe 1999 defendem o fim da centralidade do trabalho, em que ele teria perdido seu papel referente às organizações e não suportaria mais conceder uma linha estável para o homem estabelecer a sua individualidade e seus propósitos para a vida. Rifkin 1995, Forrester 1997, Bauman 2001 apud ALBERTON, 2011 refletem sobre os efeitos das mudanças no mundo e seus abalos a respeito do emprego e trabalho. Já os autores Antunes 1999, Cattani, 2000, Harribey 2001 apud ALBERTON 2011 contrapõem que o trabalho continua sendo a ocupação central da vida humana.

A propósito, as discussões sobre o fim do trabalho não é um assunto recente. Conforme De La Garza Toledo (2006 apud ALBERTON, 2011) nos anos 50 quando ocorreram o início dos sistemas de processos automáticos que comandam e controlam os mecanismos para seu próprio funcionamento, essa mesma dúvida foi levantada. Nesse tempo, a interpretação das evoluções eram positivas, tendo em vista que a automação iria construir uma nova classe trabalhadora e fundação das relações entre trabalho e capital iria garantir conforme e comodidade aos trabalhadores e aumento do prestígio dos sindicatos. Todavia, isso não chegaria a se comprovar num momento posterior.

Os debates sobre o fim do trabalho unem-se ao conceito que se tem sobre ele. Para De La Garza Toledo (2006 apud ALBERTON, 2011), de certa forma, torna-se difícil considerar que o fim do trabalho auxilia no acréscimo de tempo disponível de maneira que a sociedade ocupa-se menos e viva mais. O autor salienta que nos últimos anos revela-se a possibilidade que talvez não existirá trabalho para todos, e mesmo com a extensão do trabalho inseguro e instável, desta forma não representa o fim do trabalho, mas sua revelação de outros aspectos, padrões e modelos. Ou seja, as pessoas prosseguirão trabalhando, contudo de outras maneiras distintas.

Já para Gorz (1987 apud ALBERTON, 2011) a procura do fazer cessar o trabalho, asseguraria independência ao homem, dispondo de tempo para serem donos do seu corpo, o que não quer dizer trabalhar menos para repousar mais e sim para viver mais. Conforme o autor,

[...] o trabalho é um objeto central para aqueles que, não importa o que tenham aprendido a fazer, acham que “seu” trabalho jamais poderá constituir para eles uma fonte de realização pessoal nem o conteúdo principal de suas vidas – pelo menos enquanto o trabalho for sinônimo de horários fixos, de tarefas predeterminadas e de limitação de competências, de assiduidade durante meses e anos, de impossibilidade de ter ao mesmo tempo várias atividades, etc. (GORZ, 1987, p. 16).

A precarização das funções de trabalho, confronta-se ao significado do ato de continuar a existir, solicitada em termos de trabalho e emprego. De acordo com Bauman (2001 apud ALBERTON, 2011), nos dias atuais essa duração ao longo do tempo fica mais vulnerável e menos transparente. A precarização guiada pelo capital é sustentada pelos atributos sociais, tais como a ausência de compromisso e as ligações que passam com o tempo, chamadas de temporais, dirigindo-se para o

mesmo ponto: o declínio ou separação dos vínculos humanos, das sociedades e das colaborações com objetivos comuns.

No que representa a jurisprudência, as relações formais de trabalho no Brasil, são regidas por uma legislação trabalhista, as quais agrupam-se principalmente na Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), a qual foi elaborada em 1943. A CLT estipula normas e princípios que determinam a relação de trabalho no país. Alberton (2011, p. 40) explica:

Para um regime de emprego, todas as pessoas, que prestam serviço não eventual para um mesmo empregador, seja esta pessoa física ou jurídica, devem ser contratadas de acordo com o estabelecido na CLT e em outras determinações legais.

Entretanto no Brasil, nem sempre ocorre desta forma. Alberton (2011) ressalta que incalculáveis pessoas desempenham funções constantes para variadas corporações, entidades, ou até para diferentes pessoas, sem vínculo efetivo de emprego, abstenho-se de adquirir amparo social que lhe é devido. Frequentemente, este cenário acontece pela alegação capitalista referente as despesas de admitir um empregado, o que iria gerar custos à empresa. Não obstante a desobediência à lei, essa situação desfavorece as relações de trabalho e as precariza no âmbito coletivo e social brasileiro.

2.2 A indústria da beleza e seus profissionais

Dentro deste subcapítulo, será explanado fatos a respeito da indústria da beleza e seus profissionais, histórico e conceitos da indústria da beleza, principais serviços da indústria da beleza e seus profissionais, conceitos de autônomo, a Legislação vigente e normas técnicas para abertura de um estabelecimento de beleza.

O mercado da beleza e estética aponta alto crescimento histórico no Brasil e no mundo. Sua cadeia de valor é extensa e inicia-se na indústria de cosméticos e equipamentos, incluindo negócios de salões de beleza, clínicas e estéticas, SPA's, dentre outros. (SEBRAE, 2013).

João Carlos Basilio, presidente-executivo da ABIHPEC diz que em 2017, o Brasil terminou o ano como a oitava maior economia do planeta, enquanto o

mercado nacional de HPPC, movimentando US\$ 32,1 bilhões em consumo, segundo a Euromonitor, figurou em quarto lugar no ranking mundial.

A indústria se ressentiu da crise dos últimos anos. Até 2015, foram 23 anos de crescimento constante. Alguns impostos subiram, o que talvez tenha contribuído para as vendas caírem 15,6% em dois anos. Porém, em 2017, foi recuperada uma pequena parte do mercado perdido, com o aumento de 2,8% em receita – quase o triplo do crescimento do PIB (1%).

De acordo com esta instituição, informações relevantes da indústria nacional que merecem ênfase:

O setor de higiene e beleza tem sido marcado por um avanço superior ao crescimento do PIB e originador de vários aspectos positivos para a economia nacional (descentralização da indústria na região sudeste, aumento da geração de empregos e negócios, etc.). Não se presume saturação deste mercado no curto prazo, ao contrário, a perspectiva de crescimento é favorável e contínua.

Seguindo esta análise, a publicação CADERNO DE TENDÊNCIAS #2019-2020 em sua quarta edição, aborda as transformações que vêm ocorrendo aqui no país no exterior, aponta caminhos e relata casos de sucesso inspiradores para companhias de todos os portes. Essa publicação, é trabalho em conjunto da Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC) juntamente ao Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), com Colaboração Especial dos Institutos de Pesquisas: Euromonitor Internacional, Factor-Kline, IQVIA, Mintel, Nielsen, Segmenta Research Brasil e WGSN.

Além disso, várias razões colaboraram nas últimas décadas, para o crescimento do setor. Um deles é o aumento dos proventos dos brasileiros, o que proporcionou o acesso da camada social mais baixa aos produtos expostos no mercado. Em paralelo, os lançamentos contínuos das indústrias vieram atender, justamente, a demanda de um mercado em expansão. Ainda convém lembrar, como influência do aumento do setor, a participação crescente da mulher no mercado de trabalho, o aumento da expectativa de vida, uma cultura cada vez mais voltada ao cuidado com a saúde e bem-estar e a participação do homem no consumo de produtos HPPC vem se acentuando (Painel de dados de mercado ABIHPEC, 2017).

Levando-se em consideração esses aspectos, foi significativo o crescimento do número de empresas que atuam com serviços de beleza no Brasil nos últimos

anos, cenário no qual tem destaque o papel do Microempreendedor Individual (MEI). O crescimento do número de MEI tem ocorrido de forma distinta pelos estados da federação.

Atualmente no estado do Rio Grande do Sul, o número de MEI da área da beleza chega a 157.249 no CNAE 9602502, código caracterizado por outras atividades de serviços pessoais. (IBGE, 2018).

Considerando-se o elevado grau de informalidade destas atividades, estes números trazidos à realidade fática de mercado, ou seja, negócios informais somados aos formais, seguramente ultrapassam a casa de 1 milhão, conforme o estudo de mercado do Sebrae. (SEBRAE NACIONAL, 2013).

Quanto a geração de oportunidades de trabalho, segundo o III Caderno de Tendências – 2014/2015, publicação da Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABHIPEC), “o segmento é um dos maiores geradores de empregos do Brasil. Cerca de 4,4 milhões de pessoas trabalham em salões de beleza no País”. (ABHIPEC, 2015, s/p.).

O reflexo destes números, combinado com a pujança do mercado de beleza e estética, gera elevada atratividade aos profissionais, seja como empreendedores ou colaboradores de negócios.

Uma das maiores fraquezas do setor é a dificuldade de captação de mão de obra apta às atividades profissionais. Isto tem origem, dentre outros motivos, na falta de oferta qualificada e/ou suficiente de ensino profissional, seja ele nas modalidades livre, técnico, tecnológico, de graduação ou especialização. Nos maiores centros urbanos, há diversas e variadas opções de formação, porém insuficiente frente à demanda de candidatos. Nas cidades mais distantes, a oferta de capacitação é escassa ou inexistente.

Isto pode vir a explicar o fato da maioria, ao ingressar na profissão, capacita-se com o auxílio de profissionais mais experientes. Seja pelo aprendizado total, seja pelo reforço de rasos conhecimentos prévios, adquiridos em cursos rápidos e de qualidade técnica duvidosa.

2.2.1 Histórico e conceitos da Indústria da beleza

Os cabeleireiros são um dos ofícios mais antigos da humanidade e é comum pentes e navalhas feitos em pedra estarem entre os achados arqueológicos. O Egito

se tornou o berço de um dos símbolos capilares mais famosos, as perucas de Cleópatra, mas foi só na Grécia antiga que surgiu um lugar especializado para realizar o serviço. Construído em praça pública, as barbearias ou "koureias" logo se tornaram atrações entre a população, pois naquele tempo conversas sobre política, esportes e eventos sociais eram mantidas por filósofos, escritores, poetas e políticos, enquanto eram barbeados ou faziam manicure e pedicure e até recebiam massagens.

No século XVII, a moda francesa inspirava as regras. Os jornais de moda da época publicavam os estilos das realezas de Paris e Viena, como também de toda a elite europeia. Os primeiros cabeleireiros celebridade, especializados em perucas e penteados desse período recebiam altos salários pelos seus esforços. A fama desses profissionais era tão grande que em 1635, foi inaugurado em Paris o primeiro salão de beleza do mundo, mas era um privilégio destinado apenas para as algumas mulheres ricas da sociedade. (FREITAS, 2014).

Há controvérsias a respeito do primeiro salão de beleza. Alguns atribuem a Helena Rubinstein a abertura do primeiro salão de beleza do mundo em 1902, em Melbourne.

A primeira escola profissional de cabeleireiros de que se tem registro, a Academia do Penteadado, em Paris, onde ensinava às criadas como pentear as damas foi fundada por um francês Le Gros Rumigny. Considerado visionário, Rumigny foi o pioneiro das manequins quando fez circular pela França modelos de penteados apresentados em bonecas nas feiras da época junto com o livro "L' Art de la Coiffure des Dames", escrito por ele. (FREITAS, 2014).

Outro nome de sucesso da história, é Léonard-Alexis Autié. Ele foi o cabeleireiro de Maria Antonieta, última rainha da França. As clientes do estilista tinham de se equilibrar sob penteados gigantescos, sustentados por pesadas estruturas de aço e enfeitados com acessórios inusitados, como frutas, legumes, plumas e o que mais brotasse da imaginação do artista. É possível ter noção do estilo Léonard assistindo ao filme *Maria Antonieta*, dirigido por Sophia Copolla, em 2006.

Entretanto, durante a Revolução Francesa, o setor sofreu um declínio. Cabeças foram parar na guilhotina, Le Gros Rumigny faleceu e Léonard, fugiu para a Rússia poucas horas antes de a comitiva real ser capturada. (FREITAS, 2014).

No entanto, apenas no século 20, quando a mulher passou a conquistar espaços públicos e a água corrente tornou-se acessível, é que esses

estabelecimentos se expandiram. Esses estabelecimentos não serviam apenas para cuidar dos cabelos, mas também para conversas e ponto de encontro como nas barbearias masculinas na Grécia antiga.

Com a chegada da eletricidade em 1906, Charles Nestle, inventou a máquina de fazer ondas permanentes no cabelo, por mais que demorasse 10 horas para transformar as madeixas femininas, era melhor do que passar o cabelo a ferro quente para fazer ondas. Outra transformação para a época foi à criação das colorações para os cabelos de Eugène Schueller, o fundador da "L'Oréal". Além disso, as invenções movidas a gás, vapor e eletricidade, além de produtos químicos, movimentaram a indústria. (FREITAS, 2014).

Subsequente a Primeira Guerra, as mulheres começaram a trabalhar com intuito de conseguir a sobrevivência depois da crise, e elas então passaram a beber, fumar, dirigir e buscavam uma aparência que combinasse com suas novas atividades.

Mudanças sociais e políticas ocorreram na década de 1920, além de mudanças nos cabelos. A revolução feminina também começou no corte de cabelo, com as mulheres renunciando os longos e investindo no visual descontraído e mais curto. (FREITAS, 2014).

A chamada “tesourada do século”, é atribuída ao cabeleireiro parisiense Antoine. O polonês Antoine Cierplikowski desembarcou em 1901 em Paris e abriu o seu primeiro salão na capital francesa em 1912. Considerado o cabeleireiro precursor na França, ficou conhecido como o Imperador dos Cabeleireiros. Ele criou o corte mais famoso de todos os tempos: o curto da estilista Coco Chanel na década de 1920. O corte curto, marca um processo de liberdade para as mulheres, uma revolução de costumes, já que até então, os homens e as mulheres se diferenciavam pelo tamanho dos cabelos.

Os cabelos lisos e de corte simétrico criado pelo inglês Vidal Sasson mudou o estilo dos cabelos femininos nos anos 60. A partir dos anos 70 a moda e a tendência dos cabelos tornaram-se diversificados tanto para as mulheres quanto para os homens, os modelos podiam ser compridos, lisos, curtos, crespos, ondulados, tingidos, e podiam ser adequados de acordo com os estilos pessoais de cada pessoa. (FREITAS, 2014).

No Brasil, os anos 1960 representaram o marco zero para os cabeleireiros. Houve a divisão formal dos barbeiros e foi criado o Comitê Artístico Brasileiro, nos

moldes europeus, que passou a selecionar profissionais para participar de concursos internacionais de cortes e penteados.

Vinte anos depois na década de 80, os negócios se expandiram por meio das franquias que se espalhavam pelo País, caso das redes Soho, do japonês Hideaki Iijim, e Werner e do gaúcho Rudi Werner. Seguidamente, nomes como Mauro Freire, Celso Kamura, Marco Antonio di Biagii, Wanderley Nunes e muitos outros despontaram no aclamado mundo da moda. (FREITAS, 2014).

2.2.2 Principais serviços da indústria da beleza e seus profissionais

O cabeleireiro(a) é o profissional que atua na área da beleza, em salões de beleza ou até mesmo atendimentos a domicílio. Entre suas atividades, inclui-se o corte, colorações, mechas, alisamentos, tratamentos, escovas, penteados, entre outros serviços. Muitas vezes, o cabeleireiro(a) também desenvolve as atividades de maquiador(a), design de sobrancelhas, depiladores e visagista.

Os profissionais tornarem-se consultores da sua profissão e esclarecerem aos clientes o que será feito, e porque está sendo feito, a qualidade do material aplicado, a manutenção do resultado e outros fatores construtivos que demonstram os benefícios e aumentam a satisfação e fidelidade do cliente.

No que se refere as características da indústria da beleza, pode-se elencar os principais profissionais e suas atribuições, como descrito a seguir:

Cabeleireiro é profissional que exerce atividades de higiene, embelezamento e transformação capilar para os públicos masculino e feminino.

Ele deve estar apto a: diagnosticar a condição dos fios e couro cabeludo, conforme sua área de competência; aplicar as técnicas de corte, coloração, modelagem, alisamentos e relaxamentos, tratamentos e higienização dos fios, mais adequadas às expectativas do cliente; responsabilizar-se tecnicamente por eventuais problemas advindos da prestação dos serviços e aplicar as devidas medidas corretivas e/ou mitigatórias do problema apresentado; manusear os utensílios e equipamentos necessários à prestação dos serviços.

Barbeiro é o profissional que exerce atividade de corte de cabelo e barba masculino. Deve estar apto a: aplicar as técnicas de corte de cabelo, barba e bigode mais adequadas às expectativas do cliente; responsabilizar-se tecnicamente por eventuais problemas advindos da prestação dos serviços e aplicar as devidas

medidas corretivas e/ou mitigatórias do problema apresentado; manusear os utensílios e equipamentos necessários à prestação dos serviços.

Manicure/pedicure é o profissional que exerce atividades de higiene e embelezamento das mãos e/ou dos pés.

Salienta-se que a profissional manicure/pedicure, não possui o mesmo conhecimento técnico do podólogo, sendo ocupações distintas.

O mercado de serviços pessoais salão de beleza contempla diversas formas de operação, do ponto de vista de regularização, porte e enquadramento fiscal, quais sejam: Profissionais que atuam como autônomos, regularizados ou não junto as prefeituras, INSS e SRF; Profissionais de serviços regularizados como Microempreendedores Individuais, que atuam individualmente ou em estabelecimentos estéticos; Profissionais registrados pela CLT como colaboradores de empreendimentos estéticos; Estabelecimentos estéticos regularizados de micro, pequeno, médio e grande porte, optantes ou não do simples.

A maioria dos negócios formalizados pertence ao universo MEI.

O exercício profissional formal e legal das atividades serviços pessoais salão de beleza pode ocorrer do ponto de vista jurídico, de várias formas e naturezas.

Os cabeleireiros e manicures ao ingressarem no mercado podem optar por regularizarem-se como pessoas físicas ou jurídicas. A escolha deve ser feita visando obter o melhor custo benefício ao profissional dentro do seu perfil de negócio e forma de atuação, dentre as opções legais vigentes.

Conforme a Secretaria da Receita Federal (RFB) “Pessoa”, no direito, é todo o ente físico ou coletivo detentor de direitos e obrigações. “Pessoas Naturais” são denominados “Pessoas Físicas” e fiscalmente catalogados e identificados com um CPF pela RFB.

Já a “Pessoa Jurídica” é uma entidade intangível, formada pelo homem. Estas também são detentoras de direitos e obrigações e fiscalmente catalogadas e identificadas através de um CNPJ pela RFB. CNPJ é a sigla de Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica, onde todas as pessoas jurídicas e semelhantes (pessoas físicas que exploram em nome individual atividades com intuito de lucro) são obrigadas a se inscrever antes de iniciar as suas atividades.

Assim sendo, uma pessoa física tem certidão de nascimento e CPF, uma pessoa jurídica tem um contrato social – quando sociedade, ou instrumento

específico de criação – quando individual (que seriam suas certidões de nascimento) e CNPJ.

Uma pesquisa da Associação Brasileira dos Salões de Beleza (ABSB), por amostragem, constatou que no Brasil 92% dos Salões de Beleza trabalham em regime de parceria, locação ou sociedade com os profissionais. Apenas 8% dos Salões de Beleza registram os profissionais em CTPS (cabeleireiros, manicures, maquiadores, depiladoras e etc.), por total imposição de alguma Delegacia Regional do Trabalho ou por cultura daquela região, contrariando a vontade do profissional e gerando a total insegurança do Salão. (SEBRAE NACIONAL, 2013).

Partindo do pressuposto dos regimes de parceria existentes nas relações de trabalho na área da beleza, talvez o modelo de negócio no Salão de Beleza segue a primazia do Contrato Realidade, que se baseia nos usos e costumes provenientes de modelo histórico. “O princípio da primazia” da realidade destaca justamente que o que vale é o que acontece realmente e não o que está escrito. Neste princípio, a verdade dos fatos predomina sobre qualquer contrato formal, ou seja, caso haja conflito entre o que está escrito e o que ocorre de fato, prevalece o que ocorre de fato.

Quanto ao conceito da primazia da realidade, conforme o estudo Beleza e Estética do Sebrae Nacional baseado no Guia Trabalhista:

As primeiras barbearias adotaram, na época, um modelo de negócio similar ao mais usado nas fazendas, que era o de meeiro (dicionário: Indivíduo que cultiva o terreno alheio e divide igualmente, com o dono deste, os frutos produzidos). Nesse modelo, os proprietários das fazendas de café ofereciam moradia, terra, equipamentos e condições para o cultivo. Ao final, quando era vendida a produção, dividiam o resultado em 50% para o dono da terra e 50% para o agricultor, que teve o trabalho do plantio, rega e colheita por sua responsabilidade. (SEBRAE NACIONAL, 2013, p. 130).

Esse modelo de negócio histórico, “Meeiar”, foi incorporado pelas barbearias da época e seguem até hoje como parcerias, sendo os frutos dos resultados nos Salões, divididos entre o proprietário das instalações e o profissional que desenvolve seu ofício. O negócio de Salão de Beleza baseia-se na seguinte estrutura e relação de trabalho: O dono do Salão, oferece instalações e a infraestrutura necessárias para a oferta dos serviços; os profissionais de beleza (cabeleireiros, manicures, etc.)

desenvolvem suas atividades dentro dessas instalações, em regime de parceria. (SEBRAE NACIONAL 2013).

No que representa a mão-de-obra, Bittencourt et al. (2014), afirmam que é preciso entender que a mão-de-obra deste segmento não é tão simples quando se trata especialmente do capital humano, da força de trabalho. Entender e oportunizar um melhor ambiente para estes profissionais é essencial, lembrando que mais da metade da vida das pessoas é apenas relacionada ao trabalho, conseqüentemente, muitas vezes, em condições precárias, e até mesmo danosas à saúde.

O autor ainda confirma a importância deste estudo neste segmento no que se refere à qualidade de vida dizendo:

Os salões de beleza são considerados organizações de interesse da saúde, tendo em vista os riscos a que os profissionais dessa área estão sujeitos, pelas características do trabalho que executam, como por exemplo, o uso de produtos químicos. Por isso, é imprescindível tomar medidas rígidas de higiene e segurança no trabalho. (BITTENCOURT et al., 2014, p. 6).

Nos salões de beleza, os profissionais de cabelo normalmente trabalham mais de 8 horas em pé, os profissionais de unha geralmente trabalham curvados, além de ambos, desenvolverem problemas de postura por se tratar de esforço e movimentos repetitivos.

No que tange aos recursos financeiros para a abertura do estabelecimento, Bittencourt et al. (2014, p. 2) salienta que “Salão de beleza é o tipo de negócio que pode ser criado com baixo investimento inicial, sendo uma ótima oportunidade para o primeiro empreendimento de várias pessoas”. Em consequência disso, talvez esse seja um dos fatores que permitem que tantas pessoas comecem a empreender na área.

No que se refere as tendências, é necessário aos profissionais estarem sempre atentos à evolução da tecnologia, principalmente quando se trata do setor de beleza, como afirmou Silva (2007).

Sobre a tecnologia, Fischer (2002, p. 35), diz que,

A rapidez das mudanças tecnológicas, a globalização da economia e o acirramento da competição entre empresas e entre países geram impactos significativos sobre a gestão das organizações, levando a necessidade de repensar seus pressupostos e modelos.

Segundo Silva (2007), o significado varia de pessoa para pessoa, em determinados casos trata-se de algo supérfluo, para outros, são insubstituíveis no tange a própria autoestima. A autora conclui que:

Os salões de beleza são considerados como um templo no qual se operam verdadeiros milagres. Verdadeiras fábricas de beleza nas quais o “processo produtivo” envolve desde a lavagem, corte, ondulação, penteado e tintura dos cabelos até outras operações de cuidado e arranjo dos mesmos. As ferramentas são os mais diversos materiais e técnicas, que adequadamente empregados embelezam a clientela de acordo com a moda e as exigências dos clientes. (SILVA, 2007, p. 4).

Segundo os autores Gontijo, Rodrigues e Lima (2014), a beleza sempre foi indispensável na vida das pessoas, considerando que para alguns, é muito mais do que apenas visual, é uma questão de se sentir bem, conservar uma boa imagem perante à sociedade, no trabalho, em casa ou pelo simples fato de se sentir bem e atraente. Os salões de beleza são relevantes no que tange autoestima.

Conforme Dweck (1999) a entrada do setor de “beleza” foi se colocando no mercado entre as décadas de 70 e início de 80, porém, no Brasil, a atenção para este segmento foi propícia apenas na última década.

As pesquisas realizadas nos Estados Unidos e Canadá sobre a expansão dos serviços de beleza têm enfatizado a influência que a aparência física tem no mercado de trabalho, suplantando, inclusive, os efeitos da maciça entrada das mulheres no mundo do trabalho fora de casa na década de 70. Além disso, ressaltam que o elemento crucial na trajetória dos serviços de beleza é dado pela moda, que é construída pela indústria de cosméticos/perfumaria, mídia e movimentos sociais que, ao valorizarem certos aspectos raciais e culturais, influenciam num determinado espaço de tempo, em escala mundial e nacional, o consumo desses serviços e produtos. (DWECK, 1999, p. 4).

Antigamente os salões de beleza eram destinados às mulheres. Aos homens, restavam as barbearias. Após o movimento hippie, o cabelo comprido masculino estava em alta e necessitava cuidados. Por conta deste propósito, homens da época começaram a frequentar salões de beleza, fazendo com que surgissem então os conhecidos salões unissex, adaptando serviços para ambos os sexos.

Atualmente, observa-se que o negócio dos salões de beleza percorre o caminho de atender os desafios das estratégias competitivas, especialmente no que tange a diferenciação.

Dessa forma, conforme o estudo do Sebrae Nacional (2013) pode-se identificar diferentes modelos de negócio no segmento Serviços Pessoais “Salão de Beleza”, cada um com suas individualidades. São eles:

Salão de Beleza Convencional: Tem por aspecto um público exclusivamente feminino e com interesses diversos. As mulheres que frequentam este estabelecimento podem ser segmentadas por “interesse em manutenção do dia a dia” e “preparação para eventos”. Essas clientes buscam confiança, conforto e comodidade. O relacionamento se dá pelo atendimento pessoal, a prestação de serviços e também a venda de produtos para manutenção é fonte de renda. A divulgação ocorre principalmente através dos comentários das clientes para outras e a localização do ponto.

Salão de Beleza de Luxo: Similar ao salão de beleza convencional, o que muda é o ponto central o estilo de clientes específico: aqueles que buscam um perfil de exclusividade e possuem renda mais elevada. Esses clientes buscam cabeleireiros renomados, requinte e produtos superiores. A divulgação pode incluir mídia espontânea, além do comentário entre clientes e localização do ponto.

Manicure e Pedicure em Domicílio: Este exemplo de negócios tem por marca principal a informalidade e é o mais simples de todos. Os padrões citados nos outros exemplos, contrapõem os serviços de Manicure e Pedicure em Domicílio.

Barbeiro: Este modelo de negócios é convencional e destinado ao público masculino. Os homens que utilizam os serviços do estabelecimento, se identificam com o ambiente voltado para eles, gostam dos preços baixos, rapidez no atendimento e versatilidade de horário, ou seja, não há a necessidade de agendamento antecipado, considerado um atributo de praticidade e conveniência importante.

Como a praticidade predomina neste perfil de negócio, a localização é determinante, assim sendo, o ponto deve estar perto do público-alvo.

Barbeiro Premium ou de Luxo: Variação do modelo habitual de barbeiro que inclui personalização na experiência vivida pelo cliente durante a prestação do serviço. Está voltado para clientes vaidosos, que enaltecem novas experiências e estão dispostos a pagar por isto.

Aqui a proposta de valor é clara: produtos e ambiente individual. A venda de produtos, todos de extrema qualidade, ocorre como fonte de renda adicional.

O empreendimento deve contar com fornecedores estratégicos e prever na sua estrutura de custos os fixos, aquisição e manutenção de equipamentos, custos e despesas com ponto, equipe, estoques e treinamento.

A indústria da beleza possui sindicatos que a representa e vários estados do país. No Rio Grande do Sul, a representação sindical é atribuída ao Sindicato dos Salões de Barbeiros, Cabeleireiros, Institutos de Beleza e Similares (SINCA) do Rio Grande do Sul.

No que se refere ao conceito de autônomo, o Vocabulário Jurídico de Plácido e Silva designa autônomo: “palavra que serve de qualificativo a tudo o que possui autonomia ou independência, isto é, de tudo quanto possa funcionar ou manter-se independentemente de outro fato ou ato”. (SILVA, 2012, s/p.).

Deste modo, autônomo é todo aquele que exerce sua atividade profissional sem vínculo empregatício, por conta própria e com aceitação da responsabilidade de seus próprios riscos. A prestação de serviços é de forma eventual e não habitual. (GUIA TRABALHISTA, 2018).

Um autônomo, pode trabalhar sem sair de casa e fazer seus próprios horários. Os ganhos oscilam com frequência, pois o autônomo não possui nenhum tipo de garantia de renda.

No entanto, apesar das facilidades de tornar-se autônomo, existem os fatores internos que com o tempo, podem se tornar desgastantes. Quanto às desvantagens, o autônomo, apesar de poder fazer seus horários, precisa cumprir prazos determinados por seus clientes. Conforme Lazzarato e Negri (2001 apud ALBERTON, 2011, p. 42), a trajetória do autônomo é exaustiva:

A jornada de trabalho do indivíduo autônomo, por exemplo, fica porosa, não no sentido de que ele tem seu trabalho diminuído, mas sim no sentido de que ele trabalha sempre. De fato, o trabalhador autônomo, principalmente, não tem mais a possibilidade de separar os espaços de trabalho dos espaços de não-trabalho (casa, lazer, família, amigos, etc.), como uma relação formal de assalariado poderia permitir, podendo alterar completamente o sentido que ele atribui ao seu trabalho.

A escolha desta categoria passou a ser difícil de encontrar depois da implantação do Microempreendedor Individual (MEI), que oferece relativamente

ótimo custo benefício tributário e previdenciário, além de extrema simplificação nos cumprimentos das obrigações acessórias posteriores.

De acordo com o Portal do Empreendedor (2018), MEI é a pessoa que trabalha por conta própria e que se legaliza como pequeno empresário. Para ser um microempreendedor individual, é necessário faturar no máximo até R\$ 81.000,00 por ano e não ter participação em outra empresa como sócio ou titular. O MEI também pode ter um empregado contratado que receba o salário mínimo ou o piso da categoria.

A Lei Complementar nº 128, de 19/12/2008, criou condições especiais para que o trabalhador conhecido como informal possa se tornar um MEI legalizado. (BRASIL, 2008).

Entre as vantagens oferecidas por essa lei está o registro no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ), o que facilita a abertura de conta bancária, o pedido de empréstimos e a emissão de notas fiscais.

Além disso, o MEI será enquadrado no Simples Nacional e ficará isento dos tributos federais (Imposto de Renda, PIS, Cofins, IPI e CSLL). Assim, pagará apenas o valor fixo mensal de R\$ 48,70 (comércio ou indústria), R\$ 52,70 (prestação de serviços) ou R\$ 53,70 (comércio e serviços), que será destinado à Previdência Social e ao ICMS ou ao ISS. Essas quantias serão atualizadas anualmente, de acordo com o salário mínimo. Com essas contribuições, o Microempreendedor Individual tem acesso a benefícios como auxílio maternidade, auxílio doença, aposentadoria, entre outros.

2.2.2.1 Legislação vigente e normas técnicas para abertura de um estabelecimento de beleza

Salão de beleza conforme o Sebrae (2016) é um Estabelecimento cuja atividade é a prestação de serviços direta ou por meio de parceiros que se utilizam de sua estrutura especializada, para atividades como corte, penteado, alisamento, coloração, descoloração, alongamento e nutrição de cabelos e barba, como também de embelezamento de pés e mãos, depilações, embelezamento do olhar, maquiagem, estética corporal, capilar e facial, venda de artigos, acessórios, cosméticos e outros produtos que visam à boa imagem e bem-estar dos clientes.

A profissão de cabeleireiro no Brasil já é regulamentada pela Lei nº 12.592/2012 que inclui igualmente outros profissionais de beleza como barbeiros, manicures, pedicures, depiladores, maquiadores e esteticistas. (BRASIL, 2012).

Esta é a primeira lei federal que traz, de forma expressa, a obrigatoriedade da aplicação de normas sanitárias por profissionais da área de beleza.

Atualmente, as normas sanitárias para estas áreas são definidas por estados e municípios. Os salões de beleza são considerados estabelecimentos de interesse da saúde.

Esses profissionais, que passam a ser reconhecidos pela lei, tem uma importância muito grande em nossa cultura, mas é preciso observar os riscos a que eles estão sujeitos por conta das características de seu trabalho, como por exemplo, o uso constante de produtos químicos.

Após muitas avaliações sobre a nova lei do salão parceiro em 2016 foi aprovada a Lei nº 13.352, de 27 de outubro de 2016, que tem como intuito transparecer o tipo de vínculo existente entre os profissionais e os estabelecimentos de beleza. Desta forma, é possível entender que a relação se dá da seguinte forma conforme a mesma lei:

- a) as partes serão denominadas salão-parceiro e profissional-parceiro;
- b) não haverá relação de emprego ou sociedade entre o salão-parceiro e o profissional-parceiro;
- c) O salão-parceiro irá reter um determinado percentual sobre o valor dos serviços, incluindo os valores de recolhimento de tributos, previdenciários, entre outros que deverá constar no contrato de parceria;
- d) O contrato deve ser assinado perante duas testemunhas sendo homologado pelo sindicato da categoria profissional, ou na ausência deste, pelo Ministério do Trabalho e Emprego;
- e) este percentual pago do profissional-parceiro ao salão-parceiro, se dará a título de pagamento de aluguel, bens-móveis (no caso, espelho, bancada, cadeira, poltrona, etc.), e materiais para a realização do serviço;
- f) os profissionais-parceiros poderão se enquadrar como pequenos empresários, microempresários ou microempreendedores individuais;

g) cabe ao salão que fique atento as condições de trabalho dos profissionais. (BRASIL, 2016).

Dito isto, ainda conforme a Lei nº 13.352, de 27 de outubro de 2016, é obrigatório que conste no contrato de parceria o percentual de retenção por serviço prestado; o valor do recolhimento de tributos, condições e períodos de pagamento ao profissional conforme o serviço realizado, questões sobre o uso dos bens e materiais do estabelecimento, circulação do profissional nas dependências do estabelecimento, responsabilidades de ambas as partes no que se refere a higiene e manutenção do ambiente e materiais, e também, sobre a obrigação do profissional-parceiro manter-se a sua inscrição regularizada perante as autoridade fazendárias

No diz respeito as condições de trabalho desses profissionais, o Art. 4º da Lei 12.592/12, que reconheceu a profissão, prevê que os profissionais “Cabeleireiro, Barbeiro, Esteticista, Manicure, Pedicure, Depilador e Maquiador” devem obedecer às normas sanitárias, efetuando a esterilização de materiais e utensílios utilizados no atendimento a seus clientes.

Todavia, além da esterilização dos materiais, há que se observar que os salões de beleza costumam oferecer aos seus clientes, além dos serviços de cabeleireiro, manicure e pedicure, serviços complementares especializados em tratamentos estéticos e comercialização de produtos de cosmetologia, que possuem normas específicas de aquisição, manejo e armazenagem. (SEBRAE, 2010).

Na cartilha “Postura profissional e normas técnicas” do Sebrae (2010), salões e clínicas de estética devem respeitar e se adequar à legislação vigente, seguindo as normas de boas práticas, para garantir ao profissional e seus clientes segurança e qualidade nos serviços prestados, evitando riscos à saúde. Nesse sentido, serão necessários: instalações prediais livres de trincas, rachaduras e infiltrações; qualidade nas instalações, equipamentos, pintura, layout e decoração; paredes e pisos lisos, impermeáveis, resistente e de cor clara; iluminação que proporcione conforto e boa visibilidade; instalação elétrica suficiente para o número de equipamentos, uma vez que o uso de extensões ocasiona sobrecarga na tomada e pode causar curto-circuito. Também os fios elétricos devem estar embutidos; ventilação natural ou artificial adequada, que garanta um ambiente agradável; ambiente confortável e seguro, incluindo se possível uma área para estacionamento ou manobrista; higiene dos equipamentos e do ambiente; móveis e utensílios resistentes e impermeáveis, a fim de proporcionar uma boa higienização e

desinfecção; banheiro com pia, água corrente, sabão líquido, papel toalha, lixeira com tampa e acionada por pedal; água fornecida pela rede pública e rede coletora de esgoto; ralo do banheiro com tela milimétrica ou condições de fechamento; lixo colocado em sacos plásticos, balde com tampa e acionamento por pedal; depósito ou armário para materiais, equipamentos e produtos para o salão; depósito ou armário para produtos e equipamentos de limpeza; área para funcionários organizada, limpa, arejada, iluminada e com nichos individuais para guardar pertences pessoais; copa/cozinha exclusiva para alimentos; televisão com aparelho de DVD e som compatível com o ambiente.

As instalações físicas dos salões de beleza devem ser adequadas para a realização das atividades típicas do negócio, proporcionando uma condição de conforto ambiental aos clientes, colaboradores e parceiros.

Do mesmo modo, é importante o estado de conservação e funcionamento das suas instalações, levando em consideração as condições sanitárias, de acordo com a legislação aceitável em cada estado.

Além disso, é considerável que os salões de beleza possuam todos os equipamentos, mobiliários e utensílios necessários e em quantidade suficiente para atender à demanda por realização dos serviços de beleza.

Por sua vez, o mobiliário do salão de beleza convém que esteja em condições ergonômicas que permitam a adaptação das condições de trabalho às características dos colaboradores e parceiros, de modo a proporcionar um máximo de conforto e segurança para eles e para os clientes.

A higienização compreende a realização de limpeza e sanitização das instalações físicas (piso, paredes etc.), dos equipamentos, bancadas de trabalho e mobiliários, de maneira frequente, para reduzir os riscos de contaminação dos clientes, colaboradores e parceiros.

Recomenda-se a importância de compreender a diferença entre limpeza e desinfecção para higienizar com segurança um ambiente.

O ato de limpar significa remover substâncias visíveis indesejáveis, como terra, poeira, gordura, restos de comida e outras sujidades, utilizando água potável e sabão ou detergente.

Deve ser feita sempre antes da sanitização.

A limpeza é a primeira etapa da higienização, na qual deve-se: Retirar ou recolher as sujidades e resíduos aparentes; lavar com água (de preferência

aquecida) e sabão ou detergente; enxaguar bem as superfícies com água corrente até a total retirada do sabão ou detergente.

Desinfetar significa remover ou reduzir a níveis aceitáveis os micro-organismos, invisíveis a olho nu, utilizando o calor ou produtos químicos como, por exemplo, o cloro e o álcool 70%.

Possivelmente, os seres humanos são os causadores das contaminações e carregam em todo o seu corpo diferentes bactérias, incluindo muitas causadoras de doenças que podem ser transmitidas a outros seres humanos.

Assim sendo, os colaboradores e parceiros do salão de beleza devem manter-se em condições de higiene e saúde adequadas para o desenvolvimento de suas atividades.

A propósito, os equipamentos de proteção individual (EPI), como óculos, máscaras, luvas, jalecos etc., de acordo com as atividades exercidas e com a legislação pertinente, devem ser utilizados pelos colaboradores e parceiros do salão de beleza.

No que diz respeito a geração de resíduos dentro de um salão de beleza, este acontece a todo instante durante a realização dos serviços típicos deste ambiente, desde um simples corte, onde o resíduo é o cabelo, até uma depilação, onde o resíduo é a cera utilizada.

O manuseio de resíduos é o processo de gerenciamento do resíduo desde a sua geração até o descarte final. O gerenciamento é composto pelas etapas de separação, acondicionamento, identificação, transporte interno, armazenamento temporário, armazenamento externo, coleta e transporte externos e disposição final.

O correto manejo de resíduos tem como objetivo preservar a saúde dos clientes, colaboradores e parceiros do salão de beleza e proteger o meio ambiente.

Não existem legislações específicas que regulamentem o manejo de resíduos em salões de beleza. Desta forma, são sugeridas quatro classificações para os resíduos gerados pelos salões de beleza, tendo como base as legislações sobre resíduos de natureza semelhante aos resíduos desses estabelecimentos.

Ainda conforme o Sebrae (2016), outra preocupação constante, é no que se refere a qualidade de produtos, isto é, das características dos produtos em si, é possível definir alguns requisitos de qualidade pesquisáveis.

Por outro lado, quando se fala em qualidade de serviços, os requisitos de qualidade são mais complexos de definição pelas seguintes razões: os serviços não

são elementos físicos, portanto não é possível verificar a sua qualidade antes de prestá-los; um cliente é diferente do outro, assim como os critérios que utilizam para avaliar os serviços de um salão de beleza de outro; as expectativas e as percepções dos clientes determinam a qualidade dos serviços.

A qualidade de atendimento de um salão de beleza está relacionada diretamente com elementos típicos de um serviço: cortesia, credibilidade, confiança e transparência.

Seguindo a ordem de procedimentos executados nos salões de beleza, torna-se relevante averiguar as condições de trabalho dos profissionais da indústria da beleza, que embora de forma autônoma possa representar diversificação de horários, enfrenta barreiras, conforme estudo do Sebrae (2013) que são destacadas a seguir: baixo poder de barganha com fornecedores; fácil substituição dos produtos e serviços em função da constante oferta de produtos e serviços com inovações tecnológicas crescentes; dificuldades de fidelização dos clientes por falta de definições estratégicas de foco e posicionamento, baixo ou inexistente grau de maturidade em gestão; conhecimento pouco aprofundado ou inexistente do perfil do cliente, o que impede a adequada gestão da experiência do mesmo; dificuldades de regularizar, atrair, qualificar e reter mão de obra adequada às exigências do mercado de serviços no segmento; dificuldade de controle dos processos de operação, identificação e eliminação de desperdícios que impactam diretamente na competitividade; falta de ofertas de qualificação profissional técnica e tecnológicas suficiente à massa de profissionais ingressos no mercado, questão fundamental para a qualificação técnica dos serviços; baixa ou inexistente política de segurança no ambiente de trabalho, consoante com as normas existentes; baixo grau de engajamento nas entidades representativas para aumento do poder de barganha junto aos órgãos regulamentadores de políticas fiscais, trabalhistas, profissionais, dentre outros; baixo aproveitamento das ofertas de capacitação subsidiadas por entidades promotoras de desenvolvimento setorial, no caso específico, o SEBRAE; baixo grau de formalização e inexistência de informações consolidadas do segmento; baixo ou inexistente grau de profissionalização em todos os aspectos de gestão; elevado risco de passivos ocultos tributários, trabalhistas e previdenciários em função da indefinição da natureza jurídica das relações entre as partes, e por decorrência, desdobramentos legais regulatórios para as especificidades fáticas do segmento.

Muito se tem discutido acerca de gestão dos pequenos negócios e seus desafios. De acordo com o estudo de mercado do Sebrae Nacional (2013), o sucesso dos serviços diante destes desafios está diretamente relacionado a gestão eficiente de processos, pessoas e relacionamento com o cliente.

Dentro desta ótica, aspecto que cabe ressaltar além da composição dos tradicionais 4 P's do composto de marketing (preço, promoção, ponto de venda e produto), na prestação de serviços tem-se 4 itens adicionais: Evidências Físicas – determinante do posicionamento; Pessoas – quem faz, capacitação profissional; Processos – como faz, métodos de trabalho; Produtividade e Qualidade – Gerenciamento do composto inteiro, em especial quem e como faz.

No que tange a concorrência, o ambiente competitivo dos pequenos negócios de serviços pessoais salão de beleza possui algumas particularidades como as poucas barreiras de entrada aos competidores. As inovações em serviços não patenteáveis, baixo nível de investimento, inovações em processo facilmente copiáveis. É muito fácil e comum a entrada no mercado, seja de maneira formal ou informal.

As oportunidades mínimas para economia de escala: simultaneidade de produção e consumo dificulta a padronização dos processos e gerenciamento da qualidade e produtividade, mesmo tratando-se de franquias de serviços.

As flutuações erráticas das vendas: busca de alternativas e soluções para o gerenciamento da capacidade de produção e oscilação da demanda deve ser priorizado como oportunidade de melhoria.

As desvantagens ao negociar com compradores ou fornecedores: examinar oportunidades inovadoras de aumentar o poder de barganha nas negociações com fornecedores atuais e alternativos é um desafio importante ao segmento.

Fácil substituição dos produtos/serviços: produtos e serviços inovadores superam rapidamente as ofertas atuais. A antecipação de inovações e recriação das ofertas é uma meta diária que deve ser perseguida.

Dificuldade na Fidelização dos Clientes: para fidelizar é necessário entender quem é e que soluções buscam seus clientes. Definir e conhecer seu público alvo deve ser uma obsessão dos empreendedores de salões de beleza. A venda relacional deve ser praticada em detrimento da transacional.

Baixas barreiras de saída. Da mesma forma que a entrada, sair deste mercado é fácil e bastante comum.

3 METODOLOGIA

Método pode ser entendido como o caminho para se chegar a determinado fim. Método científico é como o conjunto de procedimentos intelectuais e técnicos adotados para se atingir o conhecimento. (GIL, 2008).

Roesch (1999, p. 125) define que “O capítulo da metodologia descreve como o projeto será realizado”, portanto, a pesquisa científica tem por objetivo identificar os aspectos de um determinado assunto.

Nessa perspectiva, pesquisa pode ser definida como “o processo formal e sistemático de desenvolvimento do método científico. A finalidade e importância da pesquisa é descobrir respostas para problemas mediante o emprego de procedimentos científicos.” (GIL, 2008, p. 26). Consequentemente, a pesquisa é “a atividade pela qual descobrimos a realidade.” (DEMO, 1987, p. 23).

Portanto, a seguir será apresentada a metodologia de pesquisa e seu desenvolvimento, com as seguintes etapas: delineamento da pesquisa, campo e sujeitos da pesquisa, técnica de coleta de dados e técnica de análise de dados.

3.1 Delineamento da pesquisa

O delineamento é relativo à programação da pesquisa em sua dimensão mais ampla, envolvendo tanto a sua diagramação quanto a previsão de análise e interpretação dos dados. Conforme Gil (2008), entre outros aspectos, o delineamento considera o ambiente em que são coletados os dados, bem como as formas de controle das variáveis envolvidas.

A pesquisa utilizada foi qualitativa.

As investigações de caráter qualitativo têm como meta situações complexas ou estritamente particulares. Os estudos que utilizam uma metodologia qualitativa podem, por exemplo, retratar a dificuldade de determinado problema, analisar a relação de certos elementos, compreender e relacionar processos ativos vividos por indivíduos e grupos sociais, colaborar no processo de mudança de estipulado grupo e possibilitar, em maior nível de profundidade, a compreensão das particularidades do comportamento das pessoas. (RICHARDSON, 1999). Em uma pesquisa qualitativa, a pessoa que faz a pesquisa evita a exigência de categorias para o estudo empírico de um fenômeno. O pesquisador não vai a campo com um conjunto

previsto para ponderar a realidade, mas sim, o pesquisador deriva seus construtos a partir do trabalho de campo, tendo como objetivo aproveitar aquilo que é mais importante segundo a perspectiva das pessoas no contexto estudado. Aos participantes é liberado utilizar suas próprias palavras, expressões e imagens e basear-se em seus próprios conceitos e experiências (SACCOL, 2009).

A pesquisa é qualitativa porquê os entrevistados ficam mais predispostos a expressar seus pontos de vista, suas percepções e ideias nos assuntos relacionados ao tema de estudo.

As respostas não são objetivas e o propósito não é enumerar quantidades em um resultado, e sim, conseguir entender as relações de um grupo específico.

A abordagem é exploratória, tendo em vista que a pesquisa exploratória tem como principal objetivo, elucidar e mudar alguns conceitos destinando-se a concepção de problemas mais precisos hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores.

Conforme Gil (2008), este tipo de pesquisa é realizado particularmente quando o tema escolhido é pouco explorado e torna-se difícil sobre ele formular hipóteses precisas e operacionalizáveis.

A pesquisa inicia-se pela fase exploratória, que consiste em uma caracterização do problema, do objeto, dos pressupostos, das teorias e do percurso metodológico. Não busca resolver de imediato o problema, mas caracterizá-lo a partir de uma visão geral, aproximativa do objeto pesquisado. Tal fase fez-se necessária por se tratar de “um tema pouco explorado, tornando-se difícil sobre ele formular hipóteses precisas e operacionalizáveis.” (GIL, 1999, p. 43).

Desta forma, o presente trabalho se caracteriza como uma pesquisa qualitativa e exploratória, de maneira que o pesquisador tenha uma aproximação com o universo do objeto de estudo.

O Estudo de Campo procura o aprofundamento de uma realidade específica. É realizado por meio da observação direta das atividades do grupo estudado e de entrevistas com informantes para captar as explicações e interpretações do ocorrem naquela realidade. (GIL, 2008).

Essa pesquisa foi efetuada com o estudo de campo, visando se aprofundar nas questões propostas, podendo reformular os objetivos ao longo da pesquisa.

3.2 Campo e sujeitos da pesquisa

O campo de investigação é a cidade de Taquara/RS, com população em grande parte de origem germânica, ligados em sua maioria aos setores industrial e comercial, e que apresenta o comércio com diversificação em todos os ramos. Igualmente desenvolvido é o setor da prestação de serviços, onde se inclui a localização de diversos órgãos públicos de atuação regional, o que favorece o comércio local.

Segundo dados da Prefeitura Municipal, verifica-se que o município possui 144 inscrições de Cabeleireiros, manicure e pedicure. Sendo 73 destes inscritos como Microempreendedor Individual, 61 como autônomos e os demais como Pessoa Jurídica não enquadrada como MEI. (PREFEITURA MUNICIPAL DE TAQUARA 08/11/2018). Entretanto, apesar de não existirem dados oficiais, pode haver um número ainda maior de estabelecimentos de beleza a partir da percepção da informalidade.

Quanto ao foco da pesquisa, são os profissionais da indústria da beleza. Em termos de sujeito, foram entrevistadas doze pessoas que trabalham na área da beleza. Os critérios de escolha dos sujeitos são: Diversidade de perfil; Homens/Mulheres; Mais velhos/Mais jovens; Com formação técnica/Sem formação técnica; Autônomo/Empregado.

No que diz respeito às entrevistadas, as opções de escolher participantes de diferentes idades e tempo na profissão, revelou-se interessante, no momento de comparar as respostas de acordo com cada perfil, pois o entendimento pode ser diferente conforme cada participante.

A definição dos sujeitos da pesquisa foi realizada mediante critérios determinados pela pesquisadora e são os seguintes: profissionais que trabalham diretamente com a indústria da beleza na cidade de Taquara, tais como cabeleireiros, manicures e esteticistas. A razão da escolha de profissionais ativos na área da beleza, permitiu entender as relações de trabalho existentes neste grupo de trabalhadores, facilitando a concepção da ideia de uberização das relações de trabalho na área da beleza.

3.3 Técnicas de coleta de dados

Técnicas utilizadas para coleta de dados da pesquisa foi o levantamento bibliográfico, a análise de documentos e entrevistas semiestruturadas em profundidade.

O levantamento bibliográfico foi feito inicialmente com a leitura de temas relacionados ao trabalho, do autor Diego Marocco Alberton e artigos do Sebrae. A partir desta bibliografia inicial, foi possível pesquisar acerca das relações de trabalho e artigos sobre uberização do trabalho, utilizando-se palavras chaves como uberização, área da beleza, conceitos da beleza, história da indústria da beleza, relação uberizada e trabalho autônomo em pesquisas *on line* utilizando o *google acadêmico*.

Após o levantamento bibliográfico, foram aplicadas entrevistas semiestruturadas e em profundidade, a um grupo de trabalhadores da área da beleza da cidade de Taquara/RS, com o objetivo de analisar as relações de trabalho deste um grupo, à luz da ideia de uberização destas relações, compreendendo seus aspectos positivos e negativos

Para agendamento das entrevistas foi feito um primeiro contato via telefone, com os entrevistados. Neste primeiro contato, a pesquisadora apresentou rapidamente o objetivo da pesquisa, para verificar o interesse e disponibilidade do possível participante. Todos os entrevistados foram cordiais ao convite de participar da pesquisa, porém houveram dificuldades quanto às datas para agendamento, tendo em vista suas rotinas. Foi combinado então, conversas via *whatsapp* com o intuito de encontrar data adequada a realização da entrevista conforme a disponibilidade das profissionais.

Cabe salientar que nesse primeiro momento em que foi efetuado o contato, era semana antecedente ao dia das mães, data em que o fluxo de movimento dos estabelecimentos da beleza se acentua. Conforme o dia com menor movimento no salão, as entrevistas entravam em contato com a pesquisadora, combinado a visita presencial.

Todas as visitas foram realizadas nos estabelecimentos comerciais em que elas trabalham.

Nos dias das entrevistas foi esclarecido para cada entrevistado o objetivo da pesquisa. Além disso, antes de iniciar, a pesquisadora conversava informalmente

com assuntos triviais para familiarizar-se com a entrevistada. Após esta conversa inicial, foi solicitado o consentimento para gravação da conversa, com intuito de facilitar a análise posterior. As entrevistas deram início com a descrição do perfil dos entrevistados, e após começava o roteiro de perguntas previstas.

As entrevistas de todos os participantes foram gravadas e não houve inconvenientes neste processo. O tempo médio de duração das entrevistas diversificou entre 30 e 60 minutos cada. Essas entrevistas foram transcritas para o computador posteriormente e o tempo de realização de todas as entrevistas e transcrição durou aproximadamente 30 dias.

Dentre as dificuldades encontradas destaca-se o caso de algumas das entrevistadas remarcarem em virtude de falta de tempo disponível para a entrevista por priorizarem o atendimento no salão. Incômodo maior, foi a questão de as entrevistas serem interrompidas algumas vezes para atendimento de telefone, pois a mesmas não se propuseram a desligá-lo em função de estarem sempre à disposição de clientes para agendamento de horários.

A maneira identificada pela pesquisadora para transpor estes ajustamentos de horários, foi manter-se disponível às datas e horários propostos pelos entrevistados, conforme sua disponibilidade.

Quanto ao entendimento em relação às perguntas efetuadas, as mesmas eram bem claras e precisas. Porém, em razão de tratar-se de um assunto relativamente novo e pouco conhecido pelos entrevistados, para algumas perguntas, foi necessário explicar os conceitos relativos ao estudo em questão.

De acordo com Lakatos e Marconi (2010) e Vergara (2007), a revisão da literatura é útil para: trazer conhecimentos que servem de base para o estudo do tema de interesse; evitar possíveis duplicações e/ou esforços desnecessários; sugerir problemas e hipóteses; sinalizar para os métodos e procedimentos mais adequados para investigar o problema; embasar toda a análise dos dados coletados pela pesquisa.

A técnica de análise de documentos desenvolve a análise de documentos das empresas estudadas. Entre estes documentos não tem distinção, podem ser usados segundo Roesch (1999), documentos da organização ou até mesmo fontes históricas.

Seguindo esta ordem e visando acrescentar informações obtidas a partir do levantamento bibliográfico, foi realizada também uma análise documental através de

materiais disponíveis na internet em sites como: Portal do Empreendedor, Ibge, Senac, Receita Federal e Prefeitura Municipal de Taquara.

Gil (2002) destaca que a entrevista semiestruturada, também permite que o entrevistador retome a questão original ao perceber desvios, ao passo que o entrevistado tem a liberdade de falar abertamente sobre o assunto elencado.

Utilizamos a técnica de entrevista semiestruturada, a qual permite ao entrevistado contribuir no processo de investigação com liberdade e espontaneidade, sem perder a objetividade e conforme o autor citado não ocorra desvios durante o andamento da conversa.

Todas as doze entrevistas foram realizadas no ambiente comercial de cada participante, ou no qual elas prestam serviços. A primeira entrevista, talvez tenha sido a mais longa, em virtude da inexperiência da pesquisadora em entrevistas. Já as demais, foram realizadas com tranquilidade e com precisão.

Quanto ao ambiente que foi utilizado pelas participantes, apenas um estabelecimento, em que foram efetuadas três entrevistas, possuía uma sala reservada, onde havia mais silêncio e privacidade. As outras nove foram entrevistadas no mesmo ambiente utilizado para trabalho, porém sem clientes em atendimento naquele momento, onde houve quietude, mas com outras pessoas presentes, entre eles, colaboradores de trabalho ou família.

Todas as participantes demonstraram empenho em responder todas as perguntas, não demonstrando receio de não serem compreendidas por suas percepções. Algumas, porém, reservaram-se no direito de não responder uma pergunta, que era relacionada à remuneração.

A escolha pela realização das entrevistas aos profissionais se deu, pelo fato da entrevista ser uma forma de relação social, mais especificamente uma forma de comunicação que não é igual, na qual os profissionais autônomos da área da beleza são a fonte da informação.

3.4 Técnica de análise de dados

A escolha para o método de análise de dados utilizada foi a análise do conteúdo. Para Roesch (1999) as perguntas abertas em questionários são a forma mais elementar de coleta de dados qualitativos, pois permite que seja possível capturar com profundidade a perspectiva do respondente.

Roesch (1999, p. 170) apresenta um roteiro simplificado para realizar a análise de conteúdo:

[...] definir as unidades de análise; definir as categorias; com base nas categorias, tentar codificar uma parte do texto; codificar todo o texto; se houver um número grande de casos, estratificar as respostas, elaborando comparações entre grupos; apresentar os dados de forma criativa e; interpretar os dados à luz de teorias conhecidas ou procurar levantar algumas hipóteses.

A análise de conteúdo é um conjunto de técnicas de análise das comunicações que utiliza “procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens.” (BARDIN, 1995, p. 42). Busca a geração de indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) das mensagens. (BARDIN, 1995).

Segundo Bardin (1977), análise de conteúdo desenvolve-se em três fases: (a) pré-análise; (b) exploração do material; e (c) tratamento dos dados, inferência e interpretação.

A pré-análise é a fase de organização propriamente dita. Essa etapa tem por objetivo tornar operacionais e sistematizar as ideias iniciais, de maneira a conduzir a um esquema ou plano de análise. Nessa fase, iniciam-se os primeiros contatos com os documentos. O pesquisador explora os textos a partir de impressões iniciais. A seguir, procede-se à escolha dos documentos a serem submetidos à análise, à formulação das hipóteses e dos objetivos e à elaboração de indicadores que fundamentem a interpretação final. (BARDIN, 1995).

A exploração do material constitui, geralmente, uma fase longa e fastidiosa que tem como objetivo administrar sistematicamente as decisões tomadas na pré-análise. Refere-se fundamentalmente às tarefas de codificação, envolvendo: o recorte (escolha das unidades), a enumeração (escolha das regras de contagem) e a classificação (escolha de categoria).

O tratamento dos dados, a inferência e a interpretação, por fim, objetivam tornar os dados válidos e significativos. As informações obtidas são confrontadas com informações já existentes, o que torna a análise de conteúdo um dos mais importantes instrumentos para o estudo das comunicações de massa.

A partir das orientações teóricas da análise de conteúdo contidas neste item, a análise realizada no presente estudo procedeu da seguinte forma:

Conforme cada entrevista era realizada, já era transcrita para o computador. Primeiramente, foi identificado o perfil de cada participante.

Após a identificação do perfil, foi elaborado um quadro síntese com as características desse perfil de cada entrevistada, visando facilitar o cruzamento das informações conforme fosse necessário durante a análise.

Foram classificadas as perguntas de forma e a se integrem a cada objetivo proposto da pesquisa. Para isso, foram selecionadas e agrupadas como itens relacionados aos tópicos. Dessa forma, os tópicos foram se moldando juntamente aos objetivos específicos.

Para a análise de conteúdo foram criadas categorias de análise que são derivadas dos objetivos da pesquisa, cruzados com a fundamentação teórica e com as respostas, com o conteúdo das entrevistas, sendo as categorias as que seguem abaixo:

- a) características do trabalho na indústria da beleza na percepção de um grupo de profissionais autônomos deste setor;
- b) relações de trabalho do grupo de profissionais autônomos analisado aspectos positivos, negativos e possível uberização;
- c) aspectos positivos do trabalho do grupo de profissionais da beleza analisados;
- d) aspectos negativos do trabalho do grupo de profissionais da beleza analisados;
- e) O trabalho do grupo pesquisado à luz da ideia de uberização do trabalho: algumas percepções.

Após ajustar as categorias de análise, o material transcrito a partir das entrevistas foi destacado conforme com cada categoria. Após esta subdivisão inicial, o conteúdo foi cruzado com a teoria conforme explorada na fundamentação teórica.

Durante todo o processo de desenvolvimento da análise, conforme recomenda Bardin (1995), buscou-se extrair o máximo do conteúdo, formulando hipóteses e explorando discursos “além das aparências”, ao mesmo tempo em que buscou-se questionar se de fato o que o pesquisador distingue na mensagem está realmente contido nela, e se outros poderiam compartilhar da mesma visão.

Sendo assim, em seguida no próximo capítulo apresentam-se os sujeitos da pesquisa, onde são abordadas as entrevistas, no intuito de apresentar o tema proposto que é analisar as relações de trabalho de um grupo de profissionais autônomos que atuam em salões de beleza da cidade de Taquara/RS se aproximam ou não da ideia de uberização destas relações com seus aspectos positivos e negativos.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Este capítulo está destinado à apresentação e análise dos resultados da presente pesquisa, com o propósito de entender o conceito de Uberização e compreender seus principais aspectos; identificar as principais características das relações de trabalho de um grupo de profissionais autônomos de salões de beleza da cidade de Taquara/RS e; compreender em que aspectos as relações de trabalho destes profissionais se aproximam da lógica da uberização, percebendo seus aspectos positivos e negativos.

No que se discute as principais características do trabalho de um grupo de profissionais de salões de beleza da cidade de Taquara/RS, foi analisado um grupo de autônomos do setor.

Neste sentido, primeiramente, é apresentado o perfil dos participantes, com dados significativos para a análise dos resultados como idade, tempo de experiência na profissão, formação, quantos estabelecimentos da beleza já trabalhou, quantas pessoas compõe o núcleo familiar, qual a remuneração média mensal e se tiveram outras experiências profissionais. Faz-se importante a análise do perfil dos entrevistados dado que algumas características individuais, como tempo de experiência no mercado de trabalho, pois influencia nas respostas. Por exemplo, profissionais com tempo maior de profissão preocupam-se mais com a qualidade dos serviços. Outro fator de perfil importante, é que todas as entrevistadas são mulheres, o que caracteriza o predomínio das mulheres nesse setor.

Em seguida, partindo da necessidade de entender o conceito de Uberização do trabalho, primeiro objetivo deste estudo, analisa-se a entrevista com um especialista na área, a Professora Doutora Ludmila Costhek Abílio, uma das pioneiras a debater sobre o tema no Brasil, com reflexões acerca do conceito.

Subsequentemente, são analisadas as características do trabalho com seus aspectos relevantes, englobando jornada, remuneração e contribuição previdenciária. Na sequência, serão exploradas as semelhanças ou diferenças entre o trabalho autônomo e o uberizado.

Por fim, com o intuito de compreender em que aspectos as relações de trabalho destes profissionais se aproximam da lógica da uberização, percebendo seus aspectos positivos e negativos, faz-se a análise da ideia de possível uberização do trabalho na indústria da beleza, estudando as diferentes percepções

dos participantes deste setor observado, visando atender ao objetivo principal desta pesquisa.

4.1 Apresentação dos sujeitos da pesquisa

Inicialmente, sistematizou-se o perfil de cada entrevistado, conforme destacado no Quadro 1, com os seguintes itens: idade, tempo de experiência na profissão da área da beleza, formação, quantos estabelecimentos da beleza já trabalhou, quantas pessoas compõe o núcleo Familiar, qual a remuneração média mensal, se tiveram outras experiências profissionais ou outros vínculos como estágio. Essas características são relevantes visando analisar se este perfil interfere nas respostas, nas percepções sobre o objetivo do presente estudo, qual seja, sobre como entendem suas relações de trabalho.

Quadro 1 – Perfil dos entrevistados

	Idade	Tempo de experiência na área da beleza	Formação	Núcleo familiar	Remuneração	Outras experiências profissionais
E1	39	9	Superior andamento	4	Não revelou	Professora
E2	53	11	Ensino Médio	3	Não revelou	Aux. Adm.
E3	25	3	Ensino Médio	2	Média R\$ 400,00	Trabalha em um atelier de calçados
E4	54	17	Ensino fundamental	2	R\$ 1.200,00 em média	Aposentada do ramo calçadista
E5	43	14	Ensino superior trancado	4	45% da produção	Aux. Adm.
E6	34	6	Ensino Médio	3	Fixo semanal + 30% na unha	Aux. Adm.
E7	24	3	Superior trancado	2	R\$ 1.600,00 em média	Aux. Contabilidade
E8	50	20	Ensino fundamental	4	R\$ 6.000,00 média líquido	Manicure
E9	45	21	Ensino Médio	2	Não revelou	Lojista
E10	55	25	Ensino Fundamental	2	R\$ 1.500,00 média mensal	Área calçadista
E11	25	13	Ensino Médio incompleto	4	R\$ 3.000,00 média mensal	Manicure e Costureira
E12	38	18	Ensino médio	3	R\$ 2.500,00	Aux. adm.

Fonte: Minha autoria.

Percebe-se a partir do perfil apresentado dos entrevistados, que todas são do sexo feminino. Isso mostra que é um ramo predominantemente de mão-de-obra feminina, pois talvez, historicamente a preocupação com a beleza sempre foi mais ligada à mulher, ainda que hoje o cuidado masculino com a beleza esteja aumentando.

Possivelmente, seja uma das poucas atividades que seja dominada pelas mulheres, pois elas ainda possuem dificuldades de se inserir em um espaço de trabalho. A mulher buscou nichos de mercado, dado que é difícil ainda ser reconhecida igualmente aos homens em uma mesma atividade.

Entretanto, conciliar a vida profissional e as atividades da vida pessoal ainda é um desafio para as mulheres trabalhadoras, visto que conforme mostra o perfil descrito, a maioria tem família e isso influencia no aspecto da jornada de trabalho, o que será visto no item 4.3.3 deste estudo que analisa as características do trabalho na indústria da beleza na percepção de um grupo de profissionais autônomos deste setor.

Quanto a idade, é uma atividade que possui pessoas de diferentes idades, desde adolescência até algumas aposentadas, ou seja, de 14 a 54 anos entre as entrevistadas. Isso demonstra que as atividades relacionadas ao setor estudado, não possuem limite de idade para trabalhar, podendo ser uma carreira com maior “durabilidade”.

Tendo em conta o tempo de profissão, percebe-se que três exercem esta atividade a mais de 20 anos, duas estão entre 15 e 20 anos, quatro estão entre 10 e 15 anos, uma há 6 anos e as duas restantes estão com 3 anos de experiência na função. Conforme Dweck (1999) o acesso ao setor de “beleza” foi se colocando no mercado entre as décadas de 70 e início de 80, porém, no Brasil, a atenção para este segmento foi propícia apenas na última década. Isso mostra que na década de 90 o setor da beleza foi se acentuando no mercado, o que pode explicar que houve uma maior inserção na atividade. Fato este que se percebe no perfil de várias entrevistadas que estão fazendo vários anos na profissão.

No que se refere a propriedade dos estabelecimentos, das doze participantes, oito são donas dos espaços, sendo que uma além de trabalhar no seu próprio estabelecimento, presta serviços em outros dois. Outras três trabalham como prestadoras de serviços em parceria, sendo que uma delas já teve seu salão e temos ainda, uma que presta serviços só em domicílios, não exercendo a função em

nenhum espaço físico estabelecido. Ao longo na análise, percebe-se a as mudanças de percepção conforme o estilo de relação de trabalho, se dona de estabelecimento ou se em regime de parceria, o que será visto no item sobre a as características na indústria da beleza na percepção de um grupo de profissionais autônomos deste setor.

Quanto às funções de cada entrevistada, temos cabeleireiras, manicures, massoterapeuta, design de sobrancelhas, recepção, caixas, micropigmentadora e administrador. As variadas atividades mostram como é a amplitude deste setor e que ele abriga inúmeros profissionais de diferentes áreas, mesmo sendo elas correlacionadas. Em alguns casos, a profissional manicure também atua como design de sobrancelhas. Em outros, a própria administradora, exerce a função de cabeleireira e caixa.

Já, no que consiste em funções exercidas anteriormente, é perfil das doze participantes já terem trabalhado em outras funções que não a atual, inclusive de ramo diverso, o que vem a justificar o avanço da área da beleza, que será mais analisado no item sobre as características do trabalho. Profissionais que enxergaram motivos no setor da beleza para investir seus talentos e, assim, buscar nele independência financeira.

No que diz respeito a escolaridade, verifica-se entre as entrevistadas que a condição de formação de ensino é bem diversificada, demonstrando que neste grupo nenhuma possui ensino superior completo. Uma está cursando, duas têm cursos trancados pretendendo voltar em breve, cinco possuem ensino médio e quatro o ensino fundamental. Entretanto, todas afirmam que estão em constante aperfeiçoamento em sua área de trabalho, com cursos específicos do setor. Percebe-se, portanto, que neste segmento a formação técnica profissional parece ser mais relevante que a educação formal, conforme o grupo estudado.

De acordo com pesquisa do Sebrae (2017), o Brasil possuía 628.110 estabelecimentos registrados, números que podem se justificar através destes dados de perfil, referente a quantidade de profissionais existentes no mercado atual, muitos deles com pouca ou quase nula qualificação técnica, e sim, capacidades que foram aprendendo no dia a dia dentro dos salões. Essas experiências retratadas auxiliaram no entendimento das opiniões trazidas pelas entrevistadas, da mesma maneira que contribuíram a responder o objetivo desta pesquisa.

O perfil principal que se percebe, é dominante de mulheres na área, que possuem família e que buscam na área da beleza ganhos rápidos e que possa conciliar sua jornada de trabalho com a jornada pessoal.

Para poder analisar os dados, além de conhecer o perfil das entrevistadas, precisa-se entender de forma mais aprofundada o conceito de Uberização, que é um conceito relativamente novo e para isso. Assim, no próximo item analisa-se a percepção de um especialista neste tema, conforme segue.

4.2 A uberização das relações de trabalho: reflexões acerca do conceito

Acerca do conceito de uberização, este subcapítulo aborda as considerações da Professora Ludmila Costhek Abílio, uma das pioneiras no estudo da Uberização no Brasil.

Ludmila Costhek Abílio é doutora em Ciências Sociais pela Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP). Possui graduação em Ciências Sociais pela Universidade de São Paulo (USP) e mestrado em Sociologia pela mesma instituição. Fez seu Pós-doutorado (USP) sobre a constituição dos discursos sobre a chamada “nova classe média” brasileira, tratando da relação entre exploração do trabalho e acumulação capitalista, com estudo sobre o trabalho dos motofretistas na cidade de São Paulo. Atualmente é pesquisadora do Centro de Estudos Sindicais e de Economia do Trabalho (CESIT) na Faculdade de Economia da UNICAMP. Entre suas publicações, destaca-se: *Sem maquiagem: o trabalho de um milhão de revendedoras de cosméticos* (São Paulo: Boitempo, 2014).

A fala com a especialista se deu no sentido de obter reflexões e melhor compreensão acerca do conceito da uberização e das relações de trabalho.

No que tange a caracterização da relação de trabalho uberizada, conforme a entrevistada, é uma relação em que as empresas deixam de ser contratantes e começam a se colocar no mercado como mediadoras de serviços, ofertando as propostas aos profissionais “uberizados” e incumbe a eles, aceitar ou não, as condições que são impostas por elas:

“Dá para entender a uberização como uma tendência no mundo do trabalho que está para muito além da atuação da Uber e é uma tendência que atravessa o mercado de trabalho globalmente. [...] Na uberização as empresas deixam de aparecer como contratantes, subcontratantes e

começam a si colocar no mercado como se elas fossem mediadoras. [...] O trabalhador se torna o auto gerente, então de fato ela trabalha quando ele quer, aonde ele quer, ele adere se quiser, quem quiser, se cadastra lá numa plataforma e vira manicure de aplicativo, motorista tal.” (Professora Ludmila)

Essa caracterização da relação de trabalho uberizada que passa todas as obrigações para o trabalhador, isentando a empresa de vínculo, onde ela atua apenas como intermediária do trabalho, pode ser considerada uma nova tendência no mundo do trabalho e deve atingir proporções maiores com o decorrer do tempo. As empresas repassam para o trabalhador todas as responsabilidades, alegando que ele se torna seu próprio gerente, decidindo se quer trabalhar ou não.

O aspecto mais importante para ser uma relação de trabalho uberizada, conforme a Professora Ludmila, diz respeito a sobrevivência no mercado e a maneira de gerenciar o trabalho, pois o trabalhador se auto gerencia:

“Eu acho que é esse aspecto que não só o trabalhador se torna um auto gerente, trabalho ok, quem quiser aderir, adere e vira uma livre concorrência mesmo. [...] Quem sobrevive, quem for mais forte, vai sobreviver nessa parada, entendeu, [...] e você vai ter lá um cara que consegue viver disso pra dez que estão praticamente pagando pra trabalhar. Então, é uma nova lógica mesmo que tem a ver com essa ideia do Crowdsourcing,⁵ em que você joga para uma multidão trabalha e ela administra. Então, acho que o grande lance da uberização são as novas formas de gerenciamento sob o trabalho.” (Professora Ludmila)

Destaca-se que apesar do trabalhador se auto gerenciar, pode-se afirmar de forma parcial esse autogerenciamento, pois ele continua controlado pela empresa mediadora que ofereceu o trabalho, e ele ainda arca com responsabilidades diárias e com o risco do negócio, na maioria das vezes. Riscos esses podendo ser financeiros, pois mesmo sem trabalhar ele tem despesas para cumprir, problemas inerentes à saúde, como os relacionados à má postura, saúde psicológica alterada em função de stress diário, e outros mais causados por jornada desgastante. Além disso, esse trabalhador dispõe de pouco tempo livre ao lazer, pois sente-se pressionado a faturar sempre mais para honrar com suas responsabilidades. Pode-se citar como exemplo, no setor da beleza, alguns salões oferecem serviços até em domingo, quando solicitados para festas e eventos especiais. Além de terem um

⁵ Crowdsourcing é um modelo de criação e/ou produção, que conta com a mão-de-obra e conhecimento coletivos, para desenvolver soluções e criar produtos.

sábado com longa jornada, colocam-se à disposição no dia em que seria determinado ao descanso, mas justificam que se o faturamento da semana foi fraco, podem equilibrá-lo quando ocorre atendimento extra.

Sendo assim, a empresa simplesmente lança o trabalho ou o serviço para vários trabalhadores que podem ou não concordar com suas regras e ele se administra. Com a elevação do desemprego, a falta de trabalho via CLT, as pessoas obrigam-se a encontrar e aceitar alternativas ou são pelo menos incentivadas a tal pela falta de emprego.

Pode-se entender Uberização, uma transformação do trabalho, em que o trabalhador é o empreendedor de si próprio, sem direitos trabalhistas, sem proteções e sem garantias. Uberização refere-se ainda uma nova era de exploração do trabalho, que traz mudanças estimadas aos preceitos do trabalhador.

Uberização pode ser ainda, um desenvolvimento das terceirizações, uma maneira de contratar terceiros para executar um serviço já contratado por outra pessoa, ou empresa. A uberização torna o trabalhador sempre acessível ao trabalho, retirando-lhe a proteções e concomitantemente, condiciona sua subordinação, conforme mostra a professora:

“O que a gente entende por uberização se a gente for resumir em uma frase é a transformação do trabalhador no nano empreendedor de si próprio, o que isso quer dizer, que é você não reconhece os vínculos trabalhistas todos os direitos, proteções, garantias, se for retirados ou não são provindos às vezes já era um trabalhador autônomo também e é transferido pra esse trabalhador toda a responsabilidade sobre a administração dos custos, sobre os custos e a administração de si próprio, então essa a primeira coisa.” (Professora Ludmila)

Na ideia do homo economicus, enxergava-se um homem com necessidade de troca, em que era essencial descrever sua conduta e sua capacidade para considerar a viabilidade de ser um dos parceiros da troca. A nova apresentação desse sujeito expressa um homem de consumo, aquele que produz, que faz do próprio consumo um desempenho de trabalho, apto de produzir seu contentamento. Temos um homem consumidor em alguns momentos e produtor em outros. Essa modificação na ideia do homo economicus desencadeia o princípio do capital humano, retratado nos estudos foucaultianos desde a ocasião em que se percebe

que o salário recebido está destinado a determinado capital e que esse capital é ligado a produção do indivíduo. Por isso, a designação de capital humano.

O *homo economicus* é um empresário, e um empresário de si mesmo. Essa coisa é tão verdadeira que, praticamente, o objeto de todas as análises que fazem os neoliberais será substituir, a cada instante, o *homo economicus* parceiro de troca por um *homo economicus* empresário de si mesmo, sendo ele próprio seu capital, sendo para si mesmo a fonte de [sua] renda. (FOUCAULT, 2008, p. 311).

Nessa reforma do assalariado, os trabalhadores não são mais assumidos como dependentes do empregador, mas são projetados como empreendedores livres e autônomos, absolutamente conscientes por suas deliberações aparentemente de aplicação em si mesmos. Foucault (2008) aponta que essa descrição de economia incumbe a si mesmo o dever de explorar um formato de conduta humano em termos de seu juízo interno. “A economia não tem mais o objetivo de desenvolver os processos, mas como a análise da “programação estratégica da atividade de indivíduos.” (FOUCAULT, 2008, p. 223).

Todas as decisões e responsabilidades passam a ser do indivíduo, empresário de si, porém sem os meios que lhe garantem a liberdade, visto que continuam dependentes de um mercado, de uma plataforma no caso do Uber, por exemplo e que são solitários em termos de seus riscos e responsabilidades. Sozinhos, não têm força para resistir às pressões do mercado, das plataformas, dos intermediadores que exploram estes verdadeiros corpos dóceis. É isso que se percebe nas relações de trabalho de trabalho uberizadas, de acordo com os estudos da especialista em questão.

Em relação ao princípio do conceito Uberização, a Professora Ludmila explica que a uberização, tem alicerce há décadas no mundo do trabalho, mas hoje se efetiva. As atuais empresas agentes da uberização, desenvolvem ferramentas de transferência de riscos e custos não mais para outras empresas a elas subordinadas, mas para uma multidão de trabalhadores autônomos atraídos e disponíveis para o trabalho.

“Quando eu escrevi sobre isso, sobre Uberização, foi em 2017, não tinha nada sobre isso no Brasil. E aí eu vi que tinha alguns debates na França. Agora até tem um livro de um autor do Canadá, acho que ele é de

Londres, mas está no Canadá, que é o Tom Slee, saiu o livro dele em português que chama Uberização, mas ele mesmo na verdade nem sei se usa tanto este termo, mas foi a tradução que eles deram. [...] Tá tendo muita discussão sobre o gig economy⁶ outros termos estão sendo usados aí fora, junto com o da uberização, então. E mesmo em quem fale em uberização, nem sempre as pessoas estão falando sobre a mesma coisa. Então, tem várias formas de entender isso aí né”. (Professora Ludmila)

A uberização é algo que vem sendo construído ao longo do tempo e não é um fenômeno que ocorreu de “um dia para o outro”. Talvez, a indústria da beleza com seu regime de parceria pode ter sido, inclusive, uma etapa disso, dessa construção da uberização, mesmo antes de aparecer a plataforma Uber, pois essa relação de trabalho baseada em acordo estipulados pela empresa e por quem detém a força do conhecimento, da tecnologia, ocorre há muito tempo na área da beleza, em outro sentido. Quem detinha o espaço e os equipamentos de trabalho, bem como uma carteira de clientes e algum conhecimento na área, acabava dominando a força de trabalho que não dispunha destas questões, mesmo sem estabelecer com esta o vínculo de emprego. Fazia e fazem isso por meio do regime de parceria, que vai aparecer ao longo da análise do presente estudo.

Quanto à subordinação, Professora Ludmila explica que é uma questão de perspectiva, pois alguns sentem-se completamente livres:

“Isso é uma questão de perspectiva, para mim, isso tá em disputa, na justiça, socialmente, é emprego não é, eu já conversei com vários motoboys uns falam, não essa empresa não é meu patrão, se eu não quiser trabalhar agora, se eu quiser ir pra casa agora, ninguém tá falando nada, eu vou, como q ele é meu patrão, eu que tomo minhas decisões. Então é complicado.” (Professora Ludmila)

Quando fica estabelecido que o trabalhador recebe pelo o que ele produz, é de se compreender que quanto mais ele trabalha, mais ele ganha. Nessa perspectiva de ganho relativo a execução do trabalho, e apenas pelo trabalho, pode ser considerada uma maneira de condicionar seus rendimentos à jornada e acaba gerando uma certa dependência. Conforme a Professora Ludmila, essa dependência ou subordinação, depende da opinião do uberizado. A maior parte crê que pode se gerenciar e trabalhar quando quiser, não possuindo o entendimento do quanto isto

⁶ Gig economy como um arranjo alternativo de emprego. Uma forma de trabalho baseada em pessoas que têm empregos temporários ou fazem atividades de trabalho freelancer, pagas separadamente, em vez de trabalhar para um empregador fixo.

se torna precário, no momento de que não há ganho se não houver trabalho. E isso é um risco que o trabalhador internaliza, tirando ele da empresa, sem ganhar a algo por isso e sem ter algum tipo de vínculo que o proteja destes riscos.

No que diz respeito do trabalho na área da indústria da beleza, ela relata talvez por abranger ao trabalho tipicamente feminino, aparentemente irrelevante e socialmente imperceptível, a lei do salão parceiro foi recebida *“mais como perfumaria do que como a abertura legal da porteira para a uberização do trabalho no Brasil.”* (ABÍLIO, 2017).

Quanto aos salões de beleza, o trabalho predominantemente feminino oferece a flexibilização do trabalho que atravessa o mercado de cima a baixo. De acordo com a Professora Ludmila, a falta de diferença entre o que é e o que não é tempo de trabalho, a associação entre espaço profissional e espaço privado, a ambiguidade quanto ao que é e o que não é trabalho são alguns dos itens que unem a vida das mulheres. No instável trabalho da costureira em domicílio, da empregada doméstica, da dona de casa podemos encontrar elementos que hoje compõe a exploração do trabalho de forma disseminada.

Segundo a Professora Ludmila, na observação da ocupação tipicamente feminina, foi possível constatar tendências em curso no mercado de trabalho que hoje desembocam na forma visível da uberização. Essas tendências podem ser explicadas com os acordos de regime de parcerias, frequentemente utilizados na área da beleza e a maneira de o trabalhador enxergar seu trabalho, conforme citado anteriormente já e como irá aparecer na sequência da análise.

Como exemplos de atividades onde a uberização parece mais presente, mesmo que seja um conceito para pensar o mundo do trabalho como um todo, a Professora Ludmila afirma que o principal seria o setor de serviços, onde ela é mais evidenciada. Considerando apenas no Brasil, motoristas, motofretistas, caminhoneiros, esteticistas, operários da construção civil, trabalhadores do setor de limpeza, babás, assim como advogados, médicos, professores, entre outros, contam com aplicativos que possibilitam a uberização de seu trabalho.

“O setor de serviços é altamente uberizável. Antes da reforma trabalhista foi aprovada aquela lei do profissional parceiro. Isso aqui é o início da uberização do trabalho, e na verdade eu cheguei nisso porque eu fiz a pesquisa para as revendedoras de cosméticos, a Natura, isso em 2011,

enquanto nem falávamos em uberização, em Coworking⁷, não falava em nada disso.

Então a área da beleza é muito importante pra a gente entender, pois na verdade tem uma raiz tipicamente feminina esse processo todo, são características muito associadas ao trabalho tipicamente feminino que estão se generalizando.

O trabalhador vira um auto gerente que adere e faz como quer, na prática a gente sabe q esse trabalhador tá sendo movido pela sua própria sobrevivência, e essa sobrevivência a empresa detém o poder de definir o quanto q ele pode trabalhar, o quanto q ele vai ganhar então é uma nova forma de controlar e subordinar muito mais complexa na verdade.” (Professora Ludmila).

Ao ser aprovada a lei do salão parceiro, pode-se considerar informalmente que foi iniciada a uberização do trabalho da área da beleza no país. A lei especifica que os profissionais parceiros poderão ser caracterizados diante das autoridades fazendárias, como pequenos empresários, microempresários ou microempreendedores individuais. Quanto a regulamentação do MEI (Microempreendedor individual), formalizou-se a incerteza para o trabalhador, sem nenhuma garantia de amparo, incentivado pelo regimento estabelecido. A lei do salão parceiro ainda determina que “*o profissional-parceiro não terá relação de emprego ou de sociedade com o salão-parceiro enquanto perdurar a relação de parceria tratada nesta Lei.*”

Ou seja, o trabalhador vira um auto gerente que adere e faz como quer. Na prática sabe-se que esse trabalhador tá sendo movido pela sua própria sobrevivência, e essa sobrevivência a empresa detém o poder de definir o quanto que ele pode trabalhar, o quanto que ele vai ganhar então é uma nova forma de controlar e subordinar muito mais complexa na verdade.

No que diz respeito as profissões possíveis do movimento de Uberização, ela exemplifica que é mais fácil pensar no que não se uberiza, como a indústria:

“Quantos as profissões, isso é complicado assim a gente dizer, talvez seja mais fácil a gente pensar o que não se uberiza. Que tipo de trabalho que não pra você jogar pro trabalhador esse autogerenciamento. Talvez o trabalho na indústria. Eu não sei, eu penso nisso, mas não tenho uma resposta muito clara pra isso não. Mas se a gente pensar grande parte do

⁷ Coworking, ou co-working, ou cotrabalho, é um modelo de trabalho que se baseia no compartilhamento de espaço e recursos de escritório, reunindo pessoas que trabalham não necessariamente para a mesma empresa.

mercado de trabalho, principalmente no setor de serviços é altamente uberizável.” (Professora Ludmila).

De acordo com as perspectivas da especialista entrevistada, acredita-se que a uberização deve crescer no país, principalmente no que tange ao setor de serviços. Todos os serviços possíveis de terceirizar, poderiam talvez ser uberizados.

Demonstra-se no quadro síntese as principais ideias relatadas pela entrevistada:

Quadro 2 – Questões relevantes acerca da Uberização das relações de trabalho

Nova tendência no mundo do trabalho
Possibilidade de se generalizar no setor de serviços
Empresas se colocam no mercado como se elas fossem mediadoras
Nova forma de subordinação
O trabalhador se torna o auto gerente, mas não fica livre para seu autogerenciamento
Teoricamente, o trabalhador trabalha quando quer sem considerar-se subordinado, ainda que exista essa subordinação em relação à jornada de trabalho pré-estabelecida.
Trabalhador é movido pela sua própria sobrevivência
Setor de serviços é altamente uberizável.
Quem quiser aderir, adere e vira uma livre concorrência mesmo, muito desregulamentada e sem ou com pouquíssima proteção

Fonte: Minha autoria, com base da entrevista com a Professora Dra. Ludmila Abílio (2019)

Percebe-se na entrevista da Professora Dra. Ludmila, o quanto a uberização está presente no setor de serviços, mesmo que os próprios trabalhadores não a visualizem como tal. Na pesquisa de sua autoria sobre revendedoras Natura, antes do surgimento do Uber, a especialista já percebia esses aspectos que caracterizavam o trabalhador autônomo sujeitos a um processo de transformação do trabalho, transferindo ao trabalhador, as responsabilidades totais por esse trabalho, sem nenhum ônus para a empresa que oferece, sendo apenas intermediária.

O próximo item tem como objetivo descrever as principais características do trabalho do grupo de profissionais da indústria da beleza pesquisado, e analisar essas particularidades.

4.3 Características do trabalho na indústria da beleza na percepção de um grupo de profissionais autônomos deste setor

Este item visa analisar as principais características do trabalho do grupo de profissionais da indústria da beleza pesquisado, na sua percepção, abordando suas principais particularidades. Compreender estas características se faz fundamental para que depois se analise elas como positivas e/ou negativas na visão destes profissionais e se reflita sobre elas à luz da ideia de uberização do trabalho.

4.3.1 Autonomia, remuneração, formalização, seguridade social e início na área da beleza

O grupo estudado tem como uma característica do seu trabalho o trabalhar de forma autônoma. O autônomo, com descrição do conceito no Vocabulário Jurídico, de Silva (2012, s/p.) leva a seguinte denominação: “palavra que serve de qualificativo a tudo o que possui autonomia ou independência, isto é, de tudo quanto possa funcionar ou manter-se independentemente de outro fato ou ato”. Nesse sentido, a prestação de serviços é de forma eventual e não habitual. “Autônomo é todo aquele que exerce sua atividade profissional sem vínculo empregatício, por conta própria e com aceitação da responsabilidade de seus próprios riscos [...]” (GUIA TRABALHISTA, 2018, s/p.). Esse conceito vem ao encontro ao que ocorre no com os trabalhadores da indústria da beleza. Prestação de serviços de forma autônomo representa o grupo estudado e pelo que percebe, de forma geral neste setor.

Convém lembrar que os ganhos oscilam com frequência, pois o autônomo não possui nenhum tipo de garantia de renda, e ele ainda pode trabalhar sem sair de casa e fazer seus próprios horários. De acordo com o grupo estudado, essa forma de trabalho em geral, é tradicional e vista como conveniente no sentido de independência de horários.

No que diz respeito à remuneração, o que caracteriza o trabalho do grupo estudado é que os ganhos oscilam com frequência. Em épocas de crise diminui, entretanto, épocas festivas como final de ano, esses ganhos aumentam.

Relacionado à essa remuneração, algumas preferiram não revelar seus rendimentos, sendo elas E1, E2 e E9.

Já a E3 que atendo unhas à domicílio apenas aos sábados, fatura em média R\$ 400,00 mensais.

Participante E4 relata que sua renda gira em torno de R\$ 1.200,00 mensal. A E8 como proprietária de salão o faturamento gira em média de R\$ 6.000,00 por mês. A E12 que tem salão na própria residência, tem uma média de ganhos de R\$ 2.500,00.

São comissionadas as entrevistadas E5 que recebe 45% sobre o que trabalho, faturamento que oscila entre R\$ 2.000 a R\$ 3.000,00. A participante E6 recebe remuneração fixa semanal por abrir o salão e organizá-lo e mais 30% de comissão na unha. A E7 recebe comissão, que gira em torno de R\$ 1.600,00 por Mês.

Compreende-se nos relatos a diferença de valores recebidos pelas entrevistadas. Isso pode ser justificado pelas diferentes funções que elas exercem. Quanto as comissões, a legislação não dispõe de percentual específico para negociação entre parcerias, permanecendo assim, o acordo feito entre as partes.

Como complemento, algumas profissionais utilizam o espaço do salão para aumentar seus ganhos com venda de produtos:

“Ganho em cabelo uma média de R\$ 1.500,00, mas consigo aumentar minha renda com os artigos e produtos que vendo. Tenho Natura, Lingerie, Roupas.” (E10)

“Faturado em média uns R\$ 3.000,00 e ganho um pouco mais com venda de produtos.” (E11)

Conforme as entrevistadas E10 e E11, além dos ganhos no salão, os rendimentos extras com a venda de produtos que o salão proporciona, torna-se atraente, pois permite combinar o atendimento de serviços pessoais com venda de artigos.

Convém ressaltar que os ganhos provenientes das atividades da área, oscilam frequentemente. A variação da renda faz com algumas profissionais sintam necessidade de outras ocupações, outros meios de sustento, como a venda de mercadorias citadas. Percebe-se nas entrevistadas o profissionalismo como característica do trabalho deste grupo estudado, em que independentemente o

quanto irão faturar, esse perfil profissional contribui para que elas continuem seu trabalho de maneira assertiva, sendo trabalhadoras persistentes, mesmo sem nenhuma remuneração garantida.

No que concerne contribuição social, nota-se como característica do trabalho na indústria da beleza deste grupo de profissionais autônomos analisados, a preocupação a seguridade social, sendo que das doze participantes entrevistadas, oito delas são Micro empreendedores individuais, que de acordo com o Portal do Empreendedor (2018) Microempreendedor Individual (MEI) é a pessoa que trabalha por conta própria e que se legaliza como pequeno empresário.

A entrevistada E3 tem regime de CLT em outra empresa que trabalha, enquanto a E8 possui Microempresa pelo fato de ter uma loja junto ao salão. Já as E6, E10, E11, não tem seguridade social, mas afirmam que em breve devem começar a contribuir.

Constata-se que o regime de tributação denominado MEI, é o que mais é usado pelas profissionais do grupo analisado, sendo das doze entrevistas, oito são MEI.

Convém ressaltar os valores para contribuição de prestação de serviços do MEI gira em torno de R\$ 55,90 (cinquenta e cinco reais e noventa centavos) mensalmente, e não acarreta despesa contábeis extras, sendo que o próprio microempresário gera suas guias para arrecadação. Esses valores reduzidos, podem vir a justificar a procura dos pequenos salões em se formalizar, garantindo assim, direitos previdenciários.

Entretanto, três das participantes do grupo não possuem seguridade social. A entrevistada E11 que está no ramo há treze anos, nos quais trabalhou como parceira em estabelecimentos e hoje tem o seu próprio negócio na informalidade, diz que se registrar como MEI, mas acaba não fazendo por questões financeiras. Já a entrevistada E6 trabalha como parceira em um salão, diz que vai se registrar em breve e a E10 possui seu próprio espaço, relata que vai procurar informações para formalização em alguns dias, segundo ela.

Analisando essas três profissionais que não contribuem, percebe-se a proporção que o mercado informal pode tomar, pois os órgãos não conseguem ter controle da quantidade real de profissionais da área. Os requisitos mínimos necessários para abertura do salão de beleza são de baixo valor, porém no que tange as responsabilidades sanitárias, as exigências são maiores, necessitando de

um investimento mais amplo. Pode-se citar como exemplo o Autoclave que serve para esterilização de materiais, que tem um custo elevado para muitas profissionais, o que pode justificar a continuarem na informalidade.

No que consiste em ocupações anteriores, de acordo com o perfil, percebe-se como característica do grupo estudado, a mudança de ramo das doze participantes, em funções que não a atual, inclusive de campo diverso. Essas informações, vem ao encontro às mudanças ocorridas no trabalho nos últimos tempos como o avanço da tecnologia, a flexibilização do trabalho, incluindo o trabalho freelance, o trabalho autônomo em tempo parcial.

Conforme essas modificações foram ocorrendo, talvez possam ter acentuado a percepção das entrevistadas em mudar de orientação profissional. Algumas delas, trabalhavam na indústria calçadista, outras no ramo administrativo.

Verifica-se no perfil das entrevistadas, que todas elas buscaram alternativas de trabalho conforme suas necessidades específicas. Algumas, por desemprego, outras por gostarem da área da beleza, mas o que mais se percebe, é que todas são mães, e esse ramo com sua flexibilidade já citada, permite autonomia (ainda que possa ser questionada se de fato é uma autonomia, como se analisa mais adiante) às mulheres que têm dupla jornada.

Constata-se na análise do perfil das entrevistadas, algumas características semelhantes no que se refere a iniciar na indústria da beleza. Como já mencionado, todas elas já executaram outras atividades.

A entrevistada E5 relata que após anos na indústria calçadista e com problemas de saúde do marido, procurava uma alternativa rápida para ganhar dinheiro e foi onde viu a oportunidade de entrar para o ramo da beleza. O mesmo ocorre com as entrevistadas E6, E7, E10, E11 e E12 que procuravam mudanças de cenário.

Já para a E1 e E2 a razão dos filhos pequenos foi um dos principais motivos que as levaram a procurar uma atividade para exercer em seu domicílio, enquanto para a E3 que trabalha em regime de CLT no ramo do calçado, encontrou na beleza uma forma de ganho extra fora de seu expediente.

Para a entrevistada E4 aposentada da área calçadista, enxergou no ramo da beleza uma nova forma de ocupação e complemento de renda.

Para este grupo de profissionais, com histórias diferenciadas, a área da beleza entrou em suas vidas com o propósito de ajustar o trabalho à sua realidade.

Percebe-se como característica do grupo analisado a adaptação do trabalho à vida privada, pois ele permite essa adequação com várias formas de trabalho, sejam elas, freelancer, parcerias ou ainda uberizada.

4.3.2 Praticidade e flexibilidade

Percebe-se também, em relação ao trabalho deste grupo de profissionais, a característica que pode ser denominada como praticidade. Essa praticidade no trabalho vem a confirmar o conceito de autônomo, no que diz respeito ao profissional ter a possibilidade de trabalhar sem sair de casa, ou atender à domicílios em, nos horários por ele determinados conforme o dicionário citado anteriormente e no relato da E3:

“Trabalho em um atelier de calçados durante a semana e faço unhas à domicílio no sábado durante todo o dia. Gosto muito do que faço. Determino meus horários e além do sábado, atendo a noite durante a semana, conforme eu tenho tempo, depois de sair do atelier. Para mim, é uma renda extra. Meu investimento é menor e atendimento rápido, é prático, pois percorro os domicílios de motocicleta.” (E3)

De acordo com a E3, a profissão permite a organização de horários conforme sua disponibilidade, demonstrando assim, o quão mais prazeroso pode se tornar uma atividade quando se tem autonomia.

Outra característica relevante do trabalho do grupo analisado, diz respeito a flexibilidade de horários. Não apenas a liberdade de horários, mas sim, a independência quando se precisa sair em horário de expediente.

“É poder tomar minhas decisões sem ter chefe como o pessoal das empresas. É poder sair se precisar buscar minhas crianças na escola mais cedo se não tiver cliente marcado.” (E11)

“Posso me ausentar se necessário sem precisar dar explicações, como no caso de funcionário de empresa. Essa liberdade eu não teria se trabalhasse como empregada.” (E8)

“Faço meus horários e decido os dias em que vou trabalhar, sem necessidade de dar explicações para ninguém.” (E4)

Nota-se nas entrevistadas E4, E8 e E11, a importância dessa liberdade pessoal em organizar seus horários, podendo conciliar com outros afazeres. Uma preocupação constante destas mulheres trabalhadoras, está em otimizar o tempo de acordo com as tarefas a serem cumpridas levando em conta a sua dupla jornada.

Conforme análise, essa autonomia que muitas vezes as mulheres ainda buscam conquistar em uma sociedade patriarcal, pode ser encontrada no trabalho autônomo, que permite essa flexibilidade. Mesmo a mulher sendo técnica, profissional, visionária, empreendedora, ela ainda arca com as responsabilidades familiares, sejam elas como mãe, esposa ou dona de casa. Estes papéis sociais estão presentes no cotidiano de muitas mulheres, o que pode vir a promover a busca por trabalhos com a flexibilidade citada, visando a “liberdade” condicionada ao trabalho praticamente incessante dessa dupla jornada. Essa liberdade acaba virando uma jornada extensa e que ela não consegue fazer quase mais nada. A jornada excessiva que muitas trabalhadoras se submetem, podem gerar sobrecarga, que será analisado no próximo item.

4.3.3 Jornada de trabalho excessiva e desmotivação

Entretanto, apesar da liberdade que o autônomo possui, outro fato existente e se caracteriza perceptível do trabalho na indústria da beleza deste grupo estudado, é a longa jornada de trabalho, que se torna muitas vezes cansativa e, até mesmo, desumana.

No quis diz respeito a esta questão - jornada de trabalho, a maior parte das entrevistadas trabalha com horário marcado, mas fica à disposição dos clientes em horários determinados. Trabalham de segunda à sábado as participantes E1, E4, E8, E9 e E11. Já algumas deixam a segunda-feira destinadas a compras ou cursos de aperfeiçoamentos, sendo elas: E2, E5, E6, E7, E10 e E12, que atendem de terça à sábado. Já a entrevistada E3 atende apenas aos sábados em virtude de possuir vínculo empregatício com uma empresa durante a semana.

As afirmações das entrevistadas com relação aos horários destinados a atender ao público, vem ao encontro do estudo do Sebrae (2013) que embora a forma autônoma possa representar diversificação de horários, o profissional enfrenta barreiras.

Algumas das barreiras citadas pelo Sebrae (2013), é a fácil substituição de serviços em função da constante oferta de produtos e serviços com inovações tecnológicas crescentes e a dificuldades de fidelização dos clientes por falta de definições estratégicas de foco e posicionamento.

No dia a dia dos salões, a questão da substituição dos serviços para outro estabelecimento e as dificuldades de fidelização, faz com que as profissionais do grupo de trabalho estudado, fiquem normalmente à disposição dos clientes para agendamento, sem receberem remuneração por este “à disposição”. Percebe-se em todas as entrevistadas, o receio de perder o cliente se não o atender, demonstrando assim característica de fragilidade no vínculo com o cliente no grupo estudado.

Isso se justifica pelo fato que mesmo quase todos os salões atendem com hora marcada, sempre aparece algum cliente que não está agendado. Em outros casos, a cliente marcou apenas o cabelo e pede se tem horário disponível depois que já chegou no salão. Sendo assim, a manicure se estiver à disposição conforme citado acima, poderá atendê-lo. Esse fato pode ocorrer em todas as áreas da beleza que envolve prestação de serviços. O profissional fica sem remuneração quando não tem agendamento, mas na expectativa que algum cliente venha a solicitá-lo e assim ele possa faturar.

“Minha rotina é extensa. Trabalho de terça à sábado, com horário para chegar e sem hora para sair.” (E12)

“Quanto à rotina, fico à disposição para marcação de horários de segunda à sábado, das 7:00 as 20:00 conforme agendamento, inclusive nos outros dois locais que presto serviços, me organizando para manter a agenda compatível com os estabelecimentos.” (E1)

“Desgastante. Cansativo. Muitas vezes, exaustivo. Trabalho de terça à sábado, restando apenas o domingo para descansar, já que na segunda é dia de aperfeiçoamento ou compras para o Salão.” (E2)

“Minha rotina é bem agitada. Tenho clientes fixas de unhas desde as 8:00. Normalmente chego mais cedo, preparo café, ajeito tudo antes das clientes chegarem. As 11h30 vou em casa preparar o almoço, tem meu filho em idade escolar, volto para o salão as 13h e fico até as 18h.” (E6)

“Tenho uma rotina bem puxada, chegando a trabalhar 12 horas por dia. Segunda-feira que é a folga do salão, faço curso de podologia em Porto Alegre.” (E7)

No que representa a jornada de trabalho conforme Lazzarato e Negri (2001, p. 42), a trajetória do autônomo é exaustiva:

A jornada de trabalho do indivíduo autônomo, por exemplo, fica porosa, não no sentido de que ele tem seu trabalho diminuído, mas sim no sentido de que ele trabalha sempre. De fato, o trabalhador autônomo, principalmente, não tem mais a possibilidade de separar os espaços de trabalho dos espaços de não-trabalho (casa, lazer, família, amigos, etc.), como uma relação formal de assalariado poderia permitir, podendo alterar completamente o sentido que ele atribui ao seu trabalho.

Torna-se evidente a afirmação acima no relato das entrevistadas E1, E2, E6, E7, E12, as quais sentem-se cansadas, tendo em vista que além de trabalhar em horários diferenciados e muitas vezes excessivos, possuem família e vivem constantemente fazendo treinamentos, o que acaba acarretando muitas vezes, uma sobrecarga.

Essa sobrecarga percebida nas entrevistadas, pode ser uma característica do trabalho delas que se torna fator gerador de desmotivação das profissionais do grupo.

Atribui-se essa fadiga dos profissionais conforme a carga horária ocorrida em alguns dias, principalmente no sábado.

Através dos relatos das entrevistadas do grupo analisado, percebe-se o desgaste e o cansaço que o sábado provoca, além da falta de convívio social com a família.

“No sábado como não tem escola, o marido cuida delas, pois é o dia mais atarefado do salão.” (E11)

“Como negativo, os horários corridos são cansativos e temos que atender mesmo cansadas, pois se corremos o risco de perder cliente, durante a semana, mas principalmente no sábado.” (E6)

“O sábado é realmente complicado. Trabalhar sempre o dia todo e deixamos a família de lado sem poder passear.” (E5)

“Falta de tempo para a família, principalmente o sábado que é o dia que mais trabalhamos. Só tenho o domingo para ficar em casa.” (E7)

“Trabalho de terça à sábado, com horário para chegar e sem hora para sair”. (E12)

A respeito das falas apresentadas, nota-se o quanto a vida social das profissionais do grupo estudado é afetada, em virtude da jornada excessiva, principalmente no sábado. O sábado é o dia que normalmente as clientes destinam para ir ao salão, seja em função de sua folga para serviços rotineiros, semanais ou mensais, ou em função de eventos sociais que ocorrem geralmente no sábado. Isso torna o sábado, o dia mais intenso de movimento para o grupo de trabalho pesquisado. E como dependem dos ganhos pelos serviços prestados, acabam se sobrecarregando, aceitando demanda excessiva de clientes e horários desmedidos.

Entre as principais causas da desmotivação dos trabalhadores do grupo pesquisado, estão a demanda de trabalho maior que a estipulada e horário para entrar e não para sair, além dos cursos profissionalizantes no dia que seria destinado ao descanso. Essa situação de jornada desgastante remete a ideia de uma das características do grupo estudado como desmotivação.

Além dessa desmotivação relatada pelo grupo, nota-se especificamente o desalento na entrevistada E9, a qual confessa ter desanimado:

“Meu trabalho já me trouxe muita alegria, mas hoje só me traz despesas. [risos] A realização pessoal é importante o momento que a gente se entrega à profissão, mas hoje está complicado pois tem muitos salões. Em função de conter despesa, dispensei uma recepcionista que eu tinha fixa, o que acabou gerando um maior esforço administrativo que antes eu não executava.” (E9)

Percebeu-se na entrevistada E9, que sua relação de trabalho se caracteriza por desânimo após anos de profissão. Talvez essa característica, relatada apenas pela E9, venha a ser justificada pelo fato de ela ser proprietária de um salão de beleza, de uma loja, e ainda atuar como cabeleireira há 21 anos, conforme consta em seu perfil, possuindo assim, uma percepção diferente das demais.

Relaciona-se esse desânimo atribuindo ao acúmulo de funções que recaem sob a proprietária do salão, e executando múltiplas atividades, tornaram-se desgastantes, fazendo com que ela fique desapontada com o trabalho. Além disso, o fator concorrência é citado por ela, como uma limitação de trabalho, visto que na época em que ela começou a atuar, existiam menos estabelecimentos do que na atualidade.

Apesar do desânimo, a realização profissional e satisfação é citada pelas entrevistadas no próximo item.

4.3.4 Realização profissional, sociabilidade, responsabilidade, motivação e satisfação

Apesar da jornada excessiva e os fatores desgastantes do trabalho, as entrevistadas demonstram a realização profissional como característica do trabalho das profissionais estudadas. A maior parte das entrevistadas cita seu desempenho como fonte de alegria e atingimento de metas pessoais, no sentido de servir à cliente, propiciando o contentamento visual deste.

“Meu trabalho é minha realização. Desde menina sempre soube o que queria. Comecei a fazer unhas aos 12 anos e aos poucos fui aprendendo cabelo nos salões em que trabalhei. Deixar as pessoas mais belas, levantar a autoestima para mim é muito importante.” (E11)

“Trabalho com realização, com felicidade. Gosto do bem-estar que posso proporcionar às minhas clientes. [...] A parte melhor, é fazer o que eu gosto.” (E1)

“O contato com as pessoas é prazeroso, pois trocamos conhecimentos, experiências, expectativas e acaba sendo uma terapia, pois um desabafa com outro.” (E5)

“Fiz curso de cabelo também, o qual não me adaptei e não gostei. Já nas unhas, descobri que realmente gosto.” (E3)

“É muito prazeroso ver a cliente satisfeita com o nosso trabalho.” (E6)

“Vejo meu trabalho com muita realização” (E8)

“Sou muito realizada com o que eu faço. Vejo meu trabalho em proporcionar o bem aos outros, principalmente agora entrando na área da podologia, que engloba a saúde [...] logo me apaixonei pela profissão.” (E7)

No que tange essa realização profissional, para Cattani e Liedke (2006 apud ALBERTON, 2011) o trabalho pode ser visto como uma produtividade de bens e serviços e como agrupamento das situações de realização dessa ocupação.

Percebe-se no grupo analisado a importância dessa realização nos relatos destacados, o que vem a confirmar as afirmações dos autores no sentido em que elas enxergam em seu trabalho essa a realização pessoal. As participantes E1, E3, E6 e E8 relatam que de fato, gostam do que fazem.

Para a entrevista E11, ela que vê em seu trabalho além dessa realização, e um sonho de infância.

Já a E7 agrega a ideia da saúde, além do bem-estar concedido ao cliente, atuando na área da podologia. Ela exemplifica que muitas vezes, com avaliação e procedimento correto, a saúde das unhas pode ser verificada no salão de beleza, com técnicas adequadas, sem precisar recorrer a técnicas como extração de unha por exemplo. O depoimento da entrevistada E7 demonstra a realização em servir ao cliente, contribuindo com a sua saúde.

Esse cuidado com saúde do cliente, caracteriza ainda a satisfação que gera ao profissional ao saber que pôde contribuir para diminuir a dor de alguém ou mesmo, melhorar a autoestima da pessoa.

Dentro desta ótica de realização, as entrevistadas relatam a sociabilidade como mais uma característica do seu trabalho. Esta característica está no sentido do conhecimento de vários indivíduos, com diferentes culturas, inúmeras profissões, o que vem possibilitar alguns casos de amizades iniciados a partir do trabalho, quando o cliente se torna amigo.

“Tem o número de amizades que acabamos fazendo, clientes que viram amigas.” (E5)

“Nossa profissão, além de arrumar cabelos e deixa-las mais belas, inclui ouvir, entender e às vezes até aconselhar.” (E12)

“Sou muito realizada com o que eu faço. Vejo meu trabalho em proporcionar o bem aos outros, o que acaba gerando algumas amizades.” (E7)

Talvez essa sociabilidade não ocorra em outras profissões, como as relacionadas na indústria por exemplo, o que demonstra de acordo com as trabalhadoras do grupo analisado, que seu espaço de trabalho, também se torna um espaço de sociabilidade.

É importante salientar que os serviços prestados e preocupações com o cliente, demonstram por parte das profissionais entrevistadas a importância do desempenho efetuado com amabilidade à profissão. Tendo em vista esses depoimentos, pode-se considerar a necessidade de responsabilidade como característica atribuída as relações de trabalho do ramo da beleza do grupo analisado.

Outra característica do trabalho que pode ser colocada para parte do grupo estudada é o reconhecimento pelo que faz. Percebe-se nas entrevistas que não há diferença dos estabelecimentos que trabalham ou que já trabalharam, e são reconhecidas e respeitadas em todos eles.

Entretanto, apenas E1 relata sobre a ausência de responsabilidade por parte do cliente:

“Percebe-se um maior comprometimento de horários das clientes dos estabelecimentos situados no centro da cidade nos quais presto serviços, diferente do que ocorre na estética do meu endereço residencial.” (E1)

Isto leva a observar a discrepância de responsabilidade por parte dos clientes. A entrevistada E1, relata que quando atende em seu domicílio, há essa falta de consideração, enquanto nos estabelecimentos centrais nos quais presta serviços em regime de parceria, isso não ocorre.

De acordo com Lazzarato e Negri (2001) o trabalhador autônomo, principalmente, não tem mais a possibilidade de separar os espaços de trabalho dos espaços de não-trabalho (casa, lazer, família, amigos, etc.). Alguns clientes em uma visão deturpada de que o trabalhador enquanto está prestando serviços em sua casa, poderá estar sempre à disposição. Percebe-se que essa falta de respeito do cliente não comparecer nos horários conforme o relato da E1, vem ao encontro da ideia do autor citado, onde existe a dificuldade de separar os espaços de casa e de trabalho quando se trabalha como autônomo, o que pode vir a justificar essa falta de respeito por parte de alguns clientes.

Além da responsabilidade, a motivação e satisfação é percebida como característica do trabalho da indústria da beleza a motivação dos profissionais do grupo estudado.

“Deixar as pessoas mais belas, levantar a autoestima para mim é muito importante.” (E11)

“É muito prazeroso ver a cliente satisfeita com o nosso trabalho.” (E6)

“Ver a alegria no rosto da cliente é muito positivo, é motivador. Ver que consegui deixar alguém se sentir bonita.” (E7)

“É motivador poder tomar minhas decisões sem ter chefe como o pessoal das empresas.” (E11)

“Eu vejo a profissão do cabeleireiro com um alcance de levantar o astral do cliente. Quando ela se olha no espelho e tu percebe o olhar de realização, não tem preço. Lógico que trabalho pelo dinheiro, mas essa satisfação de transformar pessoas é algo que me impulsiona a cada dia.” (E12)

A motivação deste grupo de profissionais em relação ao seu trabalho se refere principalmente na satisfação do cliente. O profissional encontra motivos dentro de si para alcançar seus objetivos, agindo de acordo com o que tem que ser feito e a vontade do cliente, visando melhorar a sua aparência e tornando ele satisfeito com o serviço prestado. Percebe-se ainda, especificamente para a E11 como fator motivador, poder tomar suas decisões sem necessitar o aval de algum chefe.

Para Meda (1996 apud ALBERTON, 2011) o trabalho é concebido como uma condição primordial para ser introduzido à sociedade e desenvolver a sua identidade. Humanos sem ofício sentem-se inválidos, pois ele é o único envolvimento social acessível nos dias de hoje. O trabalho seria o suporte do convívio público em sua plenitude, desse modo, não é razoável presumir qualquer interesse geral ou comunitária ou de contatos sociais que não transcorrem do trabalho.

Nas afirmações de Meda (1996 apud ALBERTON, 2011) citadas acima, nota-se a semelhança nos relatos das profissionais entrevistadas no que tange seu esmero profissional. Pessoas sentem-se motivadas em trabalhar promovendo o acréscimo da autoestima das clientes atendidas.

Essa preocupação com a aparência vem a caracterizar o trabalho do grupo estudado, com o poder de promover o contentamento do cliente, sendo capaz de criar as mudanças visuais solicitadas por ele.

“Quando a cliente chega no salão querendo mudar radicalmente, normalmente já percebo que a vida dela está em fase de mudança. Nossa profissão, além de arrumar cabelos e deixa-las mais belas, inclui ouvir, entender e às vezes até aconselhar.” (E12)

Em relação a satisfação do cliente, quando se fala em vaidade, segundo Silva (2007), o significado varia de pessoa para pessoa, em determinados casos trata-se

de algo supérfluo, para outros, são insubstituíveis no que tange a própria autoestima.

No relato da entrevistada E12 confirma o pensamento de Silva (2007) quando ela comenta que percebe que a cliente está em fase de transformações no momento em chega no salão querendo alterar o visual. Nota-se essa característica de satisfação do trabalho desta profissional E12 como algo positivo que visa colaborar com as transformações do cliente atendido, elevando sua autoestima.

4.3.5 Concorrência, diferenciação e valorização

Percebe-se como característica do trabalho deste grupo, a concorrência como algo relevante, já que o mercado da indústria possui poucas barreiras de entrada.

“Vejo que tem muita concorrência. Uns trabalhando muito bem, outros nem tanto. Negócio é cada um cuidar de si, oferecer um bom serviço e agradar o cliente.” (E10)

“Noto bastante salão na cidade, mas vejo que cada um tem que trabalhar da sua forma, com seu preço e com suas qualificações.” (E4)

“Procuro manter uma concorrência leal, pois acredito que todos tem a oportunidade e ninguém é perfeito em todas as áreas. Por exemplo, a cliente só alisa o cabelo comigo, mas gosta de cortar com outro profissional. Respeito, procuro falar bem, pois os considero colegas e não concorrentes.” (E2)

De acordo com o Sebrae Nacional (2013), o ambiente competitivo dos pequenos negócios de serviços pessoais salão de beleza possui como natureza, poucas barreiras de entrada aos concorrentes.

Tendo em vista este mercado em expansão, nota-se nas opiniões das entrevistadas, como característica relevante, que a maioria do grupo analisado, busca estar em constante aperfeiçoamento de sua área de trabalho, procurando se destacar e não permanecer apenas observando a concorrência aumentar.

“Tem bastante concorrência na área, mas eu não procuro saber sobre preços, apenas faço meu valor, cobro pelo meu trabalho. Procuro me aperfeiçoar sempre.” (E3)

“Procuro estar sempre me especializando e melhorar o meu desempenho para captar mais clientes.” (E12)

“Eu acho que tenho que pensar em me favorecer e não costumo pensar na concorrência para não perder meu foco. Trabalho da minha maneira procurando sempre melhorar.” (E6)

“Além disso, procuro estar sempre atualizada, fazendo cursos e especializações.” (E8)

“Procuro não me preocupar muito com a concorrência, até porque ela cresce a cada dia. Procuro fazer meu trabalho sempre melhor e manter minhas clientes.” (E7)

Esses relatos mostram que as profissionais estudadas se caracterizam em buscar a qualidade em seu trabalho e na relação com o cliente, utilizando como diferenciação a qualidade dos serviços e não apenas o preço cobrado.

No entanto, quantos aos preços cobrados, existem contradições, principalmente em épocas de crise, quando acontecem promoções oferecidas por concorrentes, sendo essa uma das questões mais discutidas entre as profissionais da área:

“Me preocupa bastante a concorrência, mas uma coisa que não faço é promoção. Estou mantendo preços de 2016, enquanto todos os produtos subiram, e as concorrentes baixando valores com produtos de qualidade inferior. Mantenho meus valores e procuro atender bem com flexibilidade de horários para os clientes. Percebo muito a questão de falta de qualificação em vários concorrentes. Fazem cursinhos básicos, compram produtos baratos e saem aplicando e cobrando preços desleais.” (E5)

“Concorrência cresce a cada dia, mas eu procuro não baixar o meu valor. Eu acho que tem campo para todos, mas algumas fazem umas promoções absurdas.” (E8)

“Concorrência me preocupa apenas quando fazem algumas promoções com valor muito abaixo do mercado.” (E12)

Percebe-se com o relato das entrevistadas, que um dos maiores incômodos do grupo analisado seja caracterizado pelo fato dos preços abaixo da realidade. Ou seja, a relação de trabalho se caracteriza aqui por uma valorização financeira abaixo do que seria esperado em termos de valor por um determinado serviço.

Para a abertura do estabelecimento, Bittencourt et al. (2014, p. 2) salienta que “Salão de beleza é o tipo de negócio que pode ser criado com baixo investimento

inicial, sendo uma ótima oportunidade para o primeiro empreendimento de várias pessoas”. Talvez esse pequeno capital inicial citado, seja um dos fatores que caracteriza tantas pessoas a entrarem no ramo e, por estarem começando, estipulam preços mínimos visando retornos rápidos. Isso afeta a característica do grupo de profissionais estudado, pois puxa os preços para baixo e remunera o valor de cada serviço abaixo do que seria esperado por elas.

Para algumas das entrevistadas do grupo analisado, no que tange a concorrência, nota-se como característica do trabalho da indústria da beleza, a ideia da autossuficiência em relação aos preços utilizados. Elas mostram-se em um estágio em que são menos afetadas com a concorrência, com a decisão de cobrar valores adequados à sua capacitação e ao serviço prestado.

“Concorrência está forte, mas tento manter meu trabalho e focar nele. Alguns cobram preços muito baixos e nos desvalorizam. Eu sempre acreditei na qualidade do produto. Mantenho meus preços utilizando boas marcas.” (E9)

“Concorrência está forte e bem desleal. Alguns cobram preços tão baixos que não sei como conseguem pagar os produtos que usam. Procuo cuidar do meu espaço, tratar bem minhas clientes e fazer meu trabalho da melhor forma possível.” (E11)

A entrevistada E9 afirma que a qualidade do serviço do produto oferecido a cliente é fundamental, enquanto a E11 procura aperfeiçoar seu trabalho sempre e cuidar do seu espaço físico em mantê-lo agradável para receber suas clientes. Nota-se nestes relatos, que a característica da diferenciação, pode vir a ser estimulada quando se faz uso de bons produtos e demonstram um bom atendimento com qualificação técnica adequada.

4.3.6 Mercado em expansão na cidade, aperfeiçoamento, relações profissionais e relação de trabalho pouco regulamentada

Quanto ao trabalho na cidade de Taquara/RS, percebe-se que o mesmo aumenta gradativamente, conforme as entrevistadas. A relação de trabalho dos sujeitos pesquisados se caracteriza pelo aumento da demanda, tendo em vista o crescimento do mercado nos últimos tempos.

“Tem muitos salões na cidade, está cada vez mais concorrido. A cidade é pequena e não sei até onde comporta a quantidade de estabelecimentos, pois a economia aqui está estagnada. Só nesta rua por exemplo, tem 5.” (E7)

“Vejo um crescimento desordenado. Tem cursos de cabeleireiros de todos os tipos e algumas pessoas não buscam um curso com qualidade e sim o que podem pagar naquele momento esperando rentabilidade logo. Então, assim cresce o número de cabeleireiros, aumenta a concorrência, algumas não sabem calcular os valores adequados para cobrar dos clientes, gerando uma tabela de preços muito baixa. Vejo novos profissionais muito despreparados.” (E5)

“Vejo vários profissionais crescendo rápido na profissão. Pessoas que se dedicam e especializam-se. Percebo também um crescimento na profissionalização dos cabeleireiros destinados homens, as barbearias.” (E4)

Percebe-se neste estudo, uma falta de regulamentação profissional, na qual fosse exigido condições técnicas, pois a Lei que regulamenta a prática das profissões relacionadas à beleza e estética, como cabeleireiro, barbeiro, esteticista, manicure, pedicure, depilador e maquiador, não determina exigências em termos de formação ou conhecimentos técnicos que deve possuir um profissional de cada uma destas áreas. Essa brecha na legislação, afeta as relações entre os profissionais, dificulta a implementação de boas técnicas e favorece uma feroz concorrência de preços. Considera-se como característica do trabalho do setor a relação de trabalho pouco regulamentada

Conforme o Sebrae (2013), o aperfeiçoamento em serviços não patenteáveis, baixo nível de investimento, inovações em processo facilmente copiáveis. É muito comum a introdução ao mercado, seja ela de modo formal ou informal. Esses fatos vêm a comprovar o aumento de novos estabelecimentos.

As falas demonstram como característica do trabalho do grupo analisado, a falta de relações interpessoais entre profissionais dessa mesma área. A entrevistada E5 por sua vez, percebe um aumento de salões desalinhado com qualificação, demonstrando sua visão de novos profissionais despreparados para atuarem.

Entretanto, a entrevistada E8 e E12 contrapõe, percebendo o crescimento de maneira positiva:

“Em Taquara percebo muito crescimento e vejo que as pessoas correm atrás de qualificação. Vejo que os homens estão investindo mais em beleza.” (E8)

“Crescendo muito. Inclusive os homens estão investindo em barbearias e é um novo nicho de mercado. Eles estão se preocupando com a vaidade.” (E12)

As entrevistadas E8 e E12, demonstram a característica do constante aprendizado de novas técnicas, as quais estão sempre mudando e percebem um novo tipo de estabelecimento destinados aos homens. Tal constatação das entrevistadas, evidencia o crescimento do mercado destinado ao público masculino, o qual vem aumentando. Pode-se caracterizar o trabalho do grupo estudado como em constante evolução.

As entrevistadas E9, E10 e E11, porém, possuem dúvidas no que tange demanda e concorrência quanto ao aumento de estabelecimentos:

“Percebo que está aumentando os estabelecimentos na medida que as pessoas estão investindo mais em si próprio. Homens e mulheres gastam mais dinheiro hoje em aparência do que alguns anos atrás. Antigamente, era uma tinta no cabelo para tapar os brancos, um penteado em dia de festa, corte de cabelo. Hoje, o leque de serviços aumentou como sobrancelhas e químicas em geral. Vejo que as pessoas estão mais vaidosas e investindo mais no visual, mas em contrapartida, cada dia mais abrem novos espaços de concorrência.” (E9)

“Está crescendo bastante, mas sei se haverá clientes para tanto salão que abre. Percebo que tem muitos que estão se especializando, buscando novas técnicas e acredito que esses devem sair na frente dos outros.” (E10)

“Percebo crescendo bastante. Tem salões de tudo o que é tipo. Uns mais elegantes, outro mais simples. Para todos os tipos de clientes. Ruim é que a quanto mais abre salão, maior fica a concorrência.” (E11)

Conforme as entrevistadas acima, as pessoas estão investindo mais em seu visual do que antigamente. Isso se demonstra, por exemplo, através do aumento de técnicas variadas utilizadas na atualidade. Consequentemente, expande o número de clientes para consumir e aumenta o número de estabelecimentos. Sendo assim, surgem as novas oportunidades com o aumento da demanda, mas por conseguinte, amplia também a concorrência.

4.3.7 Regimes de parceria e predominância feminina no ramo

Percebe-se como característica do trabalho dos profissionais do grupo estudado, a predominância dos regimes de parceria.

Das doze participantes, oito são proprietárias dos espaços, sendo que uma delas, além de trabalhar no seu próprio negócio, atende em outros dois. Outras três trabalham como prestadoras de serviços em parceria, sendo que uma delas já teve seu salão (E5) e temos ainda, uma que presta serviços só em domicílios, não exercendo a função em nenhum espaço físico estabelecido (E3).

As referidas oito que são donas de estabelecimentos, algumas trabalham sozinhas, outras possuem colaboradoras em regime de parceria.

“[...] trabalho em parceira, respeito regras de um estabelecimento, cumpro uma jornada pré-estipulada, mas tenho a liberdade de alterá-la se necessário e pago uma comissão ao salão por usar o espaço.” (E5)

“Atualmente trabalho sozinha, mas já tive manicure a qual tínhamos uma parceria de pagamento pelo espaço utilizado.” (E10)

“Trabalhei em outros salões com parceria em deixava uma comissão por usar o espaço sem manter nenhum vínculo trabalhista.” (E11)

“Estou em negócio com uma cabelereira para alugar uma cadeira. Movimento está fraco, e com essa negociação, vai girar mais clientes no salão e na loja.” (E9)

“recebo uma comissão pelos serviços prestados e não tenho vínculo empregatício. Mas temos um acordo verbal de parceira relacionado à horário e regras estipuladas.” (E6)

“presto serviços em um salão, recebendo comissão pela minha produção.” (E7)

A partir dos relatos do grupo, nota-se que a maioria presta serviços como parceiras. Essas parcerias podem se formar conforme o que é combinado entre as partes, podendo ser diariamente, apenas em sábados ou conforme agendamento.

Entretanto, conforme o perfil das entrevistadas no grupo analisado, a entrevistada E4 é a única que discorda da parceria.

“Sempre trabalhei sozinha como autônoma. Nunca quis trabalhar em outro estabelecimento em função da autonomia. Acredito que o momento

que eu fosse prestar serviços para outros estabelecimentos, eu teria que seguir as regras dele e prefiro eu tomar minhas decisões, principalmente relativo aos horários.” (E4)

Percebe-se no relato da E4 a importância da autonomia como característica do trabalho. Talvez esse fato possa ser justificado analisando o perfil da participante, a qual se aposentou da indústria calçadista e possuía rígidos horários e regras a serem cumpridas. A característica da autonomia presente neste relato, demonstra que ela valoriza mais a essa autonomia do que as outras participantes, pode ser fundamentada na capacidade da entrevistada de se autodeterminar segundo princípios por ela mesmo estabelecidos, livre de qualquer fator ou influência patronal, após ter sido funcionária por tantos anos.

Salienta-se que uma das maiores características que se nota no trabalho do grupo estudado, é por ser uma relação de trabalho predominantemente feminina, tanto nos donos de salão como nas profissionais.

Talvez isso aconteça porque as mulheres precisam ocupar seu espaço e demonstra a participação crescente das mulheres no mercado de trabalho, incluindo diversos fatores, como a conquista da emancipação feminina, o desejo de ascender profissionalmente, a taxa de desemprego, a redução de salário de seus cônjuges, ou ainda, uma necessidade financeira básica em que mulheres são chefes de família e percebe-se ainda a progressiva responsabilidade feminina no sustento dos filhos. Estes fatores contribuem para que muitas mulheres busquem autonomia e remuneração para subsistência própria e familiar. Outro fator da predominância feminina, pode ser explicado pela característica da indústria da beleza, que o fator beleza historicamente esteve ligada a mulher.

Evidencia-se no quadro síntese as principais características relatadas pelas entrevistadas do grupo analisado.

Quadro 3 – Principais características o grupo de profissionais da área da beleza da cidade de Taquara/RS

Característica	Descrição
Autonomia, remuneração, formalização, seguridade social e início na área da beleza	<ul style="list-style-type: none"> - Exercem sua atividade profissional sem vínculo empregatício, por conta própria e com aceitação da responsabilidade de seus próprios riscos - Ganhos oscilam com frequência - Ganhos normalmente, abaixo do esperado - Preocupação com a seguridade social - Introdução das profissionais ao ramo
Praticidade e flexibilidade	<ul style="list-style-type: none"> - Facilidade de organização de horários conforme sua disponibilidade
Jornada de trabalho excessiva e desmotivação	<ul style="list-style-type: none"> - Ficam à disposição de clientes e atendem em diversos horários - Gerada pela sobrecarga
Realização profissional, sociabilidade, responsabilidade, motivação e satisfação	<ul style="list-style-type: none"> - Desempenho como fonte de alegria e atingimento de metas pessoais em servir à cliente - Conhecimento de variados indivíduos - Assumir os riscos da profissão e importância do desempenho efetuado com amabilidade - Encontrar motivos dentro de si para alcançar seus objetivos, agindo de acordo com o que tem que ser feito e a vontade do cliente - Elevar a autoestima do cliente
Concorrência, diferenciação e valorização	<ul style="list-style-type: none"> - Permanente disputa entre estabelecimentos - Fazer seu trabalho da melhor forma possível, destacando-se em sua área.
Mercado em expansão na cidade, aperfeiçoamento, relações profissionais e relação de trabalho pouco regulamentada	<ul style="list-style-type: none"> - Crescimento do mercado nos últimos tempos - Desenvolvimento em novas técnicas, as quais estão sempre mudando - Falta interação entre profissionais da área - Falta exigências na Lei sobre capacitação
Regimes de parceria e Predominância feminina	<ul style="list-style-type: none"> - Acordo feito entre as partes - Ramo estudado há preferência das mulheres no setor

Fonte: Minha autoria.

Dessa forma, as essas características se tornam evidentes nas entrevistas que embora o profissional se sinta altamente capacitado, sempre está em busca de conhecimento. Nota-se também a realização profissional como uma das características mais comentadas nas entrevistas.

Tais reflexões levam a demonstrar o amor pela profissão além dos ganhos financeiros. Promover o bem-estar através de suas habilidades manuais, é de suma importância ao profissional da área. A motivação relatada nas falas, vem ao encontro com a realização profissional, umas das características marcantes para a indústria da beleza.

No entanto, embora relatadas várias características afirmativas, percebe-se algumas desvantagens. A característica desmotivação, pode ser relacionada com o cansaço efetivo da profissão, ausência de comprometimento dos clientes, a falta de tempo livre para desfrutar com a família, a concorrência acirrada e ainda o desconforto de não ter renda fixa assegurada e sim despesas mensais constantes.

Tal constatação, deve-se ao fato da análise das entrevistas de algumas profissionais que mesmo apreciando seu trabalho, sentem-se esgotadas e sobrecarregadas, o que gera a desmotivação.

No próximo item se analisa estas características do trabalho evidenciadas aqui são percebidas pelo grupo estudado enquanto positivas e/ou negativas, para depois refletir sobre elas à luz do conceito de uberização do trabalho.

4.4 Relações de trabalho do grupo de profissionais autônomos analisado aspectos positivos, negativos e possível uberização

O propósito deste item é evidenciar aspectos positivos e negativos das relações de trabalho dos profissionais autônomos da área da beleza da cidade de Taquara, objeto desta pesquisa.

Como relações de trabalho conforme Liedke (2006), entende-se a união de arranjos institucionais e informais que modelam e transformam as relações sociais de produção nos locais de trabalho, evidenciando a situação laborativa.

As análises deste item são subdivididas nos aspectos positivos e aspectos negativos e o que dos aspectos das relações se aproximam ou não do conceito de uberização do trabalho do grupo analisado relatadas pelas entrevistadas conforme segue.

4.4.1 Aspectos positivos do trabalho do grupo de profissionais da beleza analisados

No que se relaciona aos aspectos positivos do trabalho do grupo analisado, retoma-se as características anteriores, destacando quais são percebidas como positivas e porque as entrevistadas as percebem dessa forma.

No que representa os aspectos positivos do grupo de profissionais autônomos estudado, a maior parte das entrevistadas relata a flexibilidade de horários como principal atributo. A flexibilidade, já destacada como característica deste trabalho para o grupo analisado no item anterior é demonstrada neste item como aspecto positivo do grupo. Não apenas a liberdade de horários, mas sim, a autonomia no sentido de ausentar-se do local de trabalho, sempre que necessário.

“É poder tomar minhas decisões sem ter chefe como o pessoal das empresas. É poder sair se precisar buscar minhas crianças na escola mais cedo se não tiver cliente marcado.” (E11)

“Vejo como positivo a liberdade de poder me ausentar se necessário sem precisar dar explicações, como no caso de funcionário de empresa. Essa liberdade eu não teria se trabalhasse como empregada.” (E8)

“Positivo para mim é a liberdade de horários e a praticidade de trabalhar em casa. Faço meus horários e decido os dias em que vou trabalhar, sem necessidade de dar explicações para ninguém.” (E4)

Ao se examinar os depoimentos das entrevistadas E4, E8 e E11, percebe-se que essa flexibilidade e autonomia presentes na área profissional, é importante pois condiz com a vida familiar, sendo que conforme o perfil analisado, elas são mães com horários limitados e assim podem conciliar suas atividades, demonstrando assim que a relação de trabalho do autônomo, torna-se positivo no sentido da flexibilidade.

Entretanto, percebe-se nos relatos que mesmo elas citando a flexibilidade como positiva, talvez seja um pouco frágil, para não dizer um pouco falso este aspecto, pois mesmo existindo essa “liberdade” o profissional tem uma jornada pré-determinada para cumprir e caso venha a se ausentar ou não comparecer, gera prejuízo financeiro, pois ele arca com suas responsabilidades.

Contudo, além da flexibilidade, a liberdade é citada como positiva:

“Vejo como positivo a autonomia de horário, se tiver uma consulta médica, por exemplo, posso me organizar e não atender naquele dia. Teus familiares podem te visitar no salão, diferente do ocorre na empresa fechada.” (E5)

“Ontem foi um dia que não atendi em função de exames da coluna, o considero como positivo poder fazer meus horários e me organizar.” (E9)

“Como positivo tenho a possibilidade de trocar horários se necessário for.” (E7)

É possível averiguar através das entrevistas E5, E9 e E7, que essa autonomia no que concerne à liberdade de horários é bem importante como aspecto positivo que conseqüentemente, faz com elas permaneçam trabalhando enquanto autônomas, estimulando essas relações de trabalho.

Percebe-se a positividade que as trabalhadoras sentem com a autonomia, já citada no item anterior como característica do trabalho desses profissionais, mas permanece o desconhecimento por parte delas em distinguir esses aspectos da precarização. Mesmo considerando essa flexibilidade, liberdade e autonomia, destaca-se que se o trabalhador não atender o cliente, ele não recebe, pois não vínculo com o estabelecimento.

Talvez o que venha a justificar essa posição dos trabalhadores, seja a possibilidade de aliar os horários com outros afazeres.

Nota-se também a satisfação com a autoestima da cliente é constantemente percebida como positiva nas entrevistas.

“Positivo é minha satisfação em transformar em realidade com minhas mãos o que o cliente deseja. É perceber o resultado de um trabalho bem feito e um cliente agradecido.” (E12)

“Destaco como positivo trabalhar com a auto estima da pessoa, poder proporcionar ao cliente uma melhor aparência.” (E6)

Promover o contentamento com a imagem conforme E6 e E12, vai além do agradecimento do cliente. Segundo os autores Gontijo, Rodrigues e Lima (2014), a beleza sempre foi indispensável na vida das pessoas, considerando que para alguns, é muito mais do que apenas visual, é uma questão de se sentir bem, conservar uma boa imagem perante à sociedade, no trabalho, em casa ou pelo

simples fato de se sentir bem e atraente. Os salões de beleza são relevantes no que tange autoestima.

Segundo as entrevistadas, o prazer em elevar a autoestima das clientes é primordial e seu trabalho. A participante E11 relata em apenas uma frase: “*Positivo é o amor que tenho pelo que faço.*” (E11).

“Positivas: Gosto do que faço. É positivo poder trabalhar em casa. Gosto de trabalhar com pessoas, gosto de trabalhar com o corpo, gosto de trabalhar com o bem-estar, de proporcionar o bem-estar. A parte melhor, é fazer o que eu gosto.” (E1)

“A realização pessoal de fazer algo que se gosta e ver a alegria no rosto da cliente é muito positivo. Ver que consegui deixar alguém se sentir bonita.” (E7)

“Gosto muito do meu trabalho, é como uma distração.” (E3)

A satisfação, já citada no item anterior como característica do trabalho, vem acrescentar um dos aspectos aspecto positivo para o grupo analisado

Tais afirmações relatadas, vem ao encontro ao pensamento de Liedke (2006 apud ALBERTON, 2011) que indaga, que o trabalho do homem, pode ser concebido como algo satisfatório e uma obra grandiosa, principalmente na explicação weberiana a respeito do trabalho.

No que se refere a aspectos financeiros das relações de trabalho analisadas, elas relatam:

“Tem o dinheiro também que entra todos os dias, não precisando esperar o final do mês para receber. Meu trabalho permite ainda fazer outras atividades no tempo ocioso, pois abre um leque de possibilidades, além do cabelo, pode vender produtos, cosméticos, roupas, etc.” (E5)

“Tenho clientes com horários fixos e é positivo pois posso contar com aquele valor.” (E7)

“Outra questão boa é que recebemos diariamente. Não precisa esperar o mês inteiro. O dinheiro gira mais rápido.” (E11)

Percebe-se nessas relações de trabalho analisadas, a importância positiva da relação com o dinheiro, o qual não é necessário esperar o dia do pagamento para receber, como na iniciativa privada. No trabalho autônomo, a entrada diária de

valores torna-se positiva para as entrevistadas acima, considerando que a E7 possui clientes fixas, as quais ela pode esperar o valor sempre e a E5 que comenta que utiliza seu espaço de trabalho com venda de artigos, recebendo assim, um complemento na renda.

4.4.2 Aspectos negativos do trabalho do grupo de profissionais da beleza analisados

Ainda que o amor pela profissão seja fundamental, existem os aspectos negativos que involuntariamente, podem desmotivar as profissionais. A questão relativa a descumprimento de horários por parte dos clientes, pode ser considerada uma delas:

“Estressante quando as clientes não aparecem. Falta comprometimento das clientes em relação ao respeito com horários.”

“Não temos decimo terceiro, não temos férias, contamos apenas com os horários marcados e quando a cliente não vem e nem tem a gentileza de desmarcar nem pagar o horário, não vejo como um favor e sim como obrigação e responsabilidade do cliente para com o profissional. Assim como o trabalhador tem o compromisso de chegar no seu trabalho tal horas, eu me comprometo com o cliente de atendê-lo naquele horário e fico completamente à disposição o esperando. Se ele não vem, deixo de atender outro.” (E1)

“A falta de compromisso das pessoas com horários. Marcam e desmarcam, quando é que desmarcam. Às vezes, simplesmente não aparecem. A falta de fidelidade também é negativa. Clientes nos trocam por poucos reais de diferença.” (E11)

“Temos também aquelas que não respeitam horário, simplesmente não vem e não avisa, ou então desmarca em cima da hora.” (E9)

“Como negativo, vejo a questão da falta de comprometimento dos clientes quando você não pode atender. Por exemplo, um dia você o atende as 6:00 da manhã, em outra as 21:00 horas e um belo dia você não tem essa disponibilidade por motivos pessoais e ele simplesmente vai para a concorrência as 16:00. Isso quer dizer que tudo que você fez, o quanto você se sacrificou, é esquecido. Falta valorização e respeito para nós da área da beleza.” (E12)

Ao analisar as constatações das entrevistadas E12, E11, E9 e E1, nota-se desalento quando as clientes não comparecem ou desmarcam horários sem tempo hábil do profissional reorganizar agenda. Pode-se considerar esse aspecto negativo

relatado pelas entrevistadas, como falta de respeito ao profissional, com o seu tempo, com sua rotina. E isso não refere apenas a recompor a agenda, vai além. Quando o cliente não comparece, o profissional não apenas fica sem receber aquele ganho, mas deixa de permanecer com horário disponível para mostrar seu trabalho para um potencial novo cliente.

No questionamento marxista de Albornoz (2006 apud ALBERTON, 2011), a autora esclarece que o indivíduo negocia seu tempo, seu esforço e sua experiência de fabricar algo para outro indivíduo. Ou seja, o profissional autônomo vende seu tempo e sua habilidade técnica e depende daquele valor planejado para sua subsistência e nos casos citados nas falas, o cliente quando não comparece, não apenas priva o profissional daquele rendimento do momento, mas também de atender outro cliente potencial.

Quanto a privacidade domiciliar relacionadas as que executam suas tarefas profissionais junto ao domicílio, é um fator comentado pelas entrevistadas E2, E4, E10:

“A mesma liberdade positiva que tenho, muitas vezes se torna negativa pois clientes ligam no domingo, no sábado à noite. Não respeitam nossa privacidade e folga. É negativo essa falta de respeito com os dias de descanso.” (E2)

“Como negativo não tenho privacidade na minha própria casa, pois quando menos espera, chega cliente sem avisar, mesmo colocando tabela de horários de atendimento na porta. As pessoas não respeitam quem trabalha em casa. Acham que se você está m casa tem que estar sempre à disposição e não é assim, pois todos temos vida além do salão.” (E10)

“Negativo vejo a falta de privacidade. Em um domingo estava pronta para ir a um aniversário do meu afilhado, quando chega um rapaz pedindo para cortar o cabelo e eu disse que estava saindo. Ele fala: ‘Mas o meu é bem rapidinho Tânia [...]’. Eu disse: Não posso e expliquei novamente que estava saindo e solicitei para marcar ou voltar outro dia. Ele foi embora irritado e nunca mais voltou.” (E4)

Essa questão do trabalho junto à residência, é evidenciada nas entrevistadas E4, E10e E2, as quais relatam a dificuldade em permanecerem em suas próprias casas sem trabalhar nos dias destinados ao descanso. Conforme Lazzarato e Negri, (2001) o trabalhador autônomo, particularmente, não tem mais a oportunidade de

desmembrar os espaços de trabalho dos espaços de não-trabalho (casa, lazer, família, amigos, etc.).

As relações de trabalho possuem relevância na vida das pessoas, quando se apura que ele é usado como composição de diversas partes, como lida existente, além do que representa causa edificante nos períodos da vida do humano. Em compensação, conforme os relatos das entrevistadas, o indivíduo autônomo é penalizado quando reside junto ao estabelecimento, havendo dificuldade em separar sua vida profissional da vida privada.

Associada a falta de privacidade, a jornada de trabalho é citada como cansativa pelas entrevistadas E6 e E7, conforme já citada no item anterior, além da concorrência:

“Negativo, percebo que se a cliente chega em um dia não estou, como ontem, resolvendo assuntos de saúde, ela fica chateada, achando que sempre temos que estar à disposição.” (E9)

“Como negativo, os horários corridos são cansativos e temos que atender mesmo cansada, pois se corremos o risco de perder cliente. Se tu não atendes, outro atende.” (E6)

“Negativo, jornada um pouco desgastante, pois tenho hora pra chegar e não tenho hora para sair. Quanto às clientes, é bem difícil alguns dias lidar com o público feminino. Precisamos de muita paciência.” (E7)

Em virtude do que foi apresentado pelas entrevistas E7 e E6, fica evidente a rotina desgastante, o que vem a comprovar a ideia de Lazzarato e Negri (2001) *“a jornada de trabalho do indivíduo autônomo, por exemplo, fica porosa, não no sentido de que ele tem seu trabalho diminuído, mas sim no sentido de que ele trabalha sempre.”*

Normalmente nos salões de beleza, os trabalhadores de cabelo geralmente trabalham mais de 8 horas em pé, os trabalhadores de unha trabalham curvados, o que pode ocasionar problemas de postura por se tratar de esforço e movimentos repetitivos.

Os salões de beleza são considerados organizações de interesse da saúde, tendo em vista os riscos a que os profissionais dessa área estão sujeitos, pelas características do trabalho que executam, como por exemplo, o uso de produtos químicos. Por isso, é imprescindível

tomar medidas rígidas de higiene e segurança no trabalho. (BITTENCOURT et al., 2014, p. 6).

Além do desgaste físico, percebe-se o receio das entrevistas em prejuízo financeiro, pois se não trabalhar atendendo o cliente conforme disponibilidade deste, não recebe rendimentos e ainda pode haver a possibilidade de concedê-lo, de perdê-lo à concorrência.

A Entrevista E8, proprietária de um estabelecimento, cita a rotina administrativa unida às obrigações restantes como exaustiva:

“Como negativo, a parte de ser dona de salão é muito estressante. Tenho tudo para administrar e sou uma pessoa só. Hoje estou tão sobrecarregada que chego estar zozona. Uma diz que falta isso, outra diz que falta aquilo, sendo que ontem fiz compras. Nessa área também o que é bem difícil é comprometimento dos colaboradores. Algumas ficam um ano, vão aprimorando e depois vão embora. Tem que trocar todo o quadro e cada vez que troca o quadro, troca a clientela, isso é bem desgastante.

Vejo como negativo ainda, clientes que nos trocam por R\$ 5,00 de diferença e vão para a concorrência, não nos valorizando.” (E8)

Pela observação dos aspectos comentados pela E8, percebe-se a falta de conhecimento administrativo no que tange à organização do estabelecimento. Ela cita estar sobrecarregada em função de que a equipe não colabora com alguns aspectos organizacionais. Nota-se ainda a desmotivação evidente na profissional quanto a falta de valorização por parte dos clientes no que diz respeito a diferenças mínimas de valores cobrados em estabelecimentos próximos.

Salienta-se ainda que a profissional E8 é proprietária de um estabelecimento, o que a diferencia do grupo, pois ela seria a que provém o trabalho, o que acarreta aspectos diferenciados das demais.

Através da análise dos pontos de vista das entrevistadas do grupo, entende-se que os aspectos negativos são variados, conforme o tipo de estabelecimento e o perfil das profissionais. No grupo analisado, são diferentes as percepções. A entrevistada E8 e a E9 como proprietárias de estabelecimentos maiores e trabalham com equipe, demonstram a dificuldade em encontrar mão-de-obra e as desordens administrativas como fatos negativos.

Já as entrevistadas que trabalham em seu próprio domicílio, percebe-se o descumprimento de agenda como fator negativo mais relativo entre os depoimentos. Isso pode se justificar no pensamento do cliente que acredita que o profissional estando em “casa” pode atendê-lo quando ele quiser, sem a responsabilidade e o compromisso do agendamento, fato que desmotiva as profissionais diariamente.

Abaixo o quadro síntese que evidencia os aspectos positivos e negativos mais relevantes das entrevistas:

Quadro 4 - Aspectos positivos e negativos do trabalho do grupo de profissionais da beleza analisados

Positivos	Negativos
flexibilidade	descumprimento de horários
autonomia	clientes não comparecem
liberdade	privacidade domiciliar
satisfação	rotina desgastante
recebimento diário de dinheiro	

Fonte: Minha autoria.

4.4.3 O trabalho do grupo pesquisado à luz da ideia de uberização do trabalho: algumas percepções

Partindo do pressuposto das mudanças ocorridas na sociedade e nas organizações nos últimos tempos, verifica-se também a mudança na forma do trabalho. Conforme Cattani (2000 apud ALBERTON, 2011), no último século, ocorreram acentuadas transformações de métodos, táticas e culturais, as quais conectam-se de modo inesperado. A ampliação do setor de serviços ligada às modificações tecnológicas e as novas formas de comunicação, evidenciam que a sociedade como um todo é remodelada.

Neste sentido, Alberton (2011) ressalta que devido às alterações no contexto do trabalho, este se reorganiza e readapta-se a todo o instante. O desenvolvimento do setor de serviços, nos últimos cinquenta anos, agregado à contenção da ocupação industrial, tem incentivado a ideia de aspectos diferenciados de trabalho, também percebido como trabalho flexível. O autor expõe, que o trabalho flexível permite um ajuste em que as organizações definem variações ao emprego formal convencional. Esta flexibilização considera tanto trabalhadores estabelecidos em regime CLT quanto os que possuem trabalho informal, com ela passam a ter vínculos diversificados com as instituições em que trabalham.

Diante dessa flexibilização do trabalho, surge mais recentemente, a partir principalmente do ano de 2017, a ideia de uberização do trabalho, já desenvolvida na fundamentação teórica deste estudo e no item 2.1 acima. De forma sintética, recupera-se aqui a ideia de uberização do trabalho enquanto sendo a flexibilidade, o autogerenciamento e a precarização, no sentido que todo o risco é do trabalhador, ele passa a ser um empreendedor de si, sendo responsável por tudo acontece e sem uma segurança advinda de alguma solidariedade social.

Assim, foi explicado as participantes da pesquisa, de forma simples o conceito de Uberização do trabalho, seguindo principalmente as ideias da Professora Ludmila Costhek Abílio. Com base nesse conceito, foi perguntado se elas percebem a uberização em seu trabalho atual.

Verificando esses aspectos, foi questionado às entrevistadas sobre suas relações de trabalho com intuito de analisar a uberização na área da beleza. Foram indagadas ainda, quais diferenças entre as características do trabalho autônomo e o uberizado e se elas acreditam que possam ocorrer o trabalho uberizado na área da beleza.

Das doze entrevistadas, nove delas em seu ponto de vista, relatam que percebem a uberização em seu trabalho atual e comentam alguns aspectos relevantes à análise.

“Sim, pois quem presta serviços como eu, até pode ser uberizado.” (E3)

“Percebo sim e me considero uberizada, pois respeito regras de um estabelecimento, cumpro uma jornada pré-estipulada, mas tenho a liberdade de alterá-la se necessário e pago uma comissão ao salão por usar o espaço. Não tenho vínculo trabalhista e pago minha própria contribuição previdenciária. (E5)

“Percebo sim. Pois noto no meu trabalho, no qual recebo uma comissão pelos serviços prestados e não tenho vínculo empregatício. Mas temos um acordo relacionado à horário e regras estipuladas.” (E6)

“Eu percebo que sim, pois contribuo com o MEI e presto serviços em um salão, recebendo comissão pela minha produção. Não possuo vínculo empregatício.” (E7)

“Noto sim, inclusive estou em negócio com uma cabelereira para alugar uma cadeira. Movimento está fraco, e com essa negociação, vai girar mais clientes no salão e na loja.” (E9)

Fatores como a ausência de vínculo empregatício, prestação de serviços ocasional, aluguel do espaço físico, remuneração conforme comissão negociada, são relatadas pela maior parte das entrevistadas. Falando nesses atributos, elas reconhecem a uberização em suas relações de trabalho. Percebe-se a característica da relação uberizada no grupo estudado, tendo em vista os aspectos relatados por elas nas questões inerentes à uberização e em suas relações com os estabelecimentos que prestam serviços. Conforme a Professora Ludmila, ele é o empreendedor de si, arcando com todas as responsabilidades.

O momento que o salão oferece o espaço físico para o profissional trabalhar mediante comissão ou aluguel, aliado aos fatores citados acima, pode se configurar como uma relação alinhada à uberização em seu conceito de vínculo frágil e flexibilidade. Vínculo frágil no sentido que o trabalhador não possui nenhum tipo de proteção por parte da empresa e não possui nenhuma garantia de faturamento. Quanto à flexibilidade, ela pode ser um tanto quanto fictícia, pois o trabalhador argumenta que possui flexibilidade, mas se ele não trabalhar, ele não ganha.

No que tange ao aspecto uberização relacionado a regime de parcerias, as entrevistas acima relatam que o utilizam há algum tempo e, sentem-se de alguma “uberizadas” à medida que não vínculos com os estabelecimentos em que prestam serviços e pagam ou destinam um valor ao proprietário do estabelecimento. Nota-se a uberização e seus aspectos, a luz da teoria relatada pela Professora Ludmila Costhek Abílio, presente nos relatos do grupo analisado, pois esses acordos feitos entre colaboradores e donos de salão, apesar de verbais, mostram-se presentes no dia a dia dos profissionais, conforme essas parcerias citadas, caracterizando assim uma relação uberizada.

No entanto, as que atualmente trabalham sozinhas, não percebem aspectos da uberização presentes em seu trabalho, mas reconhecem as características da relação de trabalho uberizado.

“Não noto, pois atualmente trabalho sozinha. Mas já percebi em manicures que me prestaram serviços. Aspectos foram relativos a não terem vínculo empregatício e pagarem uma comissão ao estabelecimento. Acordo mútuo quanto à jornada de trabalho.” (E2)

“Atualmente trabalho sozinha, mas já tive manicure a qual tínhamos uma parceria de pagamento pelo espaço utilizado.” (E10)

Conforme o relato da E2 e E10, percebe-se que manicures possuem maior propensão a manterem vínculos de trabalho uberizado, mesmo antes de existir o conceito ou a lei de parceria. Isso vem a demonstrar que as relações de trabalho do grupo analisado já possuem essas características de cooperação a bastante tempo.

Conforme o relato da E2 e E10, percebe-se que manicures possuem maior propensão a manterem vínculos de trabalho uberizado, mesmo antes de existir o conceito ou a lei de parceria. Isso vem a demonstrar que as relações de trabalho do grupo analisado já possuem essas características de uberização a bastante tempo.

Por outro lado, a entrevistada E4 não conhecia o termo Uberizar.

*“Não sabia como funcionava, mas até já havia pensado em convidar um rapaz que está se especializando em cabelos masculinos em atender no meu salão alguns dias da semana e você acabou me dando uma ideia.”
(E4)*

Após uma breve introdução do termo Uberizar conforme as percepções da Professora Ludmila utilizadas no item 4.2 para a participante E4, sem citar o aplicativo, ela relata que trabalha com mais afinco em um público masculino, e que eles buscam um novo atendimento. Contudo, ela em função da idade, diz não ter mais vontade de se especializar em barbearia, mas após obter o conhecimento dos aspectos da uberização, percebeu a oportunidade de desenvolver uma nova relação de trabalho em parceria com outro profissional dedicado à área sugerida pelos clientes.

Conforme essa distribuição de serviços em relações informais de trabalho cresce, de acordo com Fava (2016), uma pessoa *just in time* poderá prestar serviços para diversas companhias simultaneamente, utilizando suas competências e habilidades. A autonomia desses profissionais é preparada, produtiva e eficiente, pois permite que a pessoa *just in time* controle em habilidades próprias, favorecendo a retribuição. Em contrapartida, essas relações informais desfavorecem o trabalho no sentido da falta de previsibilidade de ganhos, da rotina alterada constantemente, e do trabalho para todos. Pode ocorrer exploração de quem é dono dos meios de produção, o conhecimento, as plataformas, em relação a quem tem apenas a força de trabalho. Essa força de trabalho, considerada apenas como mão-de-obra pode depreciar o indivíduo, que fica bastante desprotegido.

No que contempla as diferenças entre as características do trabalho autônomo e o uberizado do grupo analisado, algumas não percebem diferenças:

“Não percebo diferença, pois nos lugares onde trabalho tenho total liberdade de agendamento de horários, valores cobrados e maneiras de trabalho, igual faço no meu próprio estabelecimento.” (E1)

“Não percebo diferenças.” (E3)

“Não vejo muitas diferenças. Apenas na questão de obedecer às regras, mas isso vai muito do que é combinado entre as partes. Todos os locais em que prestei serviços, combinamos e tudo dava certo. Eu tinha minha liberdade como se trabalhasse sozinha como autônoma.” (E11)

De acordo com as entrevistadas E1, E3 e E11, percebe-se a mesma liberdade em trabalhar sozinha ou em parceria. Elas afirmam a igualdade entre os estabelecimentos que já atuaram. A entrevistada E1 que conforme seu perfil, presta serviços em dois diferentes estabelecimentos, além de ser proprietária de um espaço unida à sua residência, destaca sua total liberdade quanto a preços cobrados e flexibilidade de horários. Já a participante E11 destaca que a obediência a regras do dono do estabelecimento é um fator que diferencia a relação de trabalho autônomo e a uberizada. Entretanto, ela revela que mesmo já tendo trabalhado em outros lugares, sempre manteve a previa combinação desses acordos, o que não ocasionou nenhum problema na relação de trabalho.

Entretanto, as outras divergem vendo vantagens e desvantagens, conforme suas respostas:

“Acredito que no autônomo, ou quando somos proprietários do estabelecimento, somos responsáveis pelas regras. Somos nós que as definimos.

Já no uberizado, as regras vêm previamente definidas e você deve acatá-las sem questionamentos, apenas aceitando. Você não tem a liberdade de impor suas ideias.” (E2)

“Sempre trabalhei como autônoma. Nunca quis trabalhar em outro estabelecimento em função da autonomia. Acredito que o momento que eu fosse prestar serviços para outros estabelecimentos, eu teria que seguir as regras dele e prefiro eu tomar minhas decisões, principalmente relativo ao horário.” (E4)

“Noto bastante diferença quando fui proprietária do meu salão atuando como autônoma, no qual eu arcava com todas as despesas, desde limpeza, manutenção, agendamento, compras, etc. Enquanto prestando um serviço para outro salão, faço meu horário, recebo e vou embora, sem preocupações constantes.” (E5)

“Acredito que o que muda é a autonomia. O que trabalha por conta própria define suas regras e horários, enquanto o uberizado deve seguir as regras do proprietário do estabelecimento.” (E6)

“Quanto a diferença de autônomo no diz a respeito a regras, horários, não percebo diferenças, mas percebo mudanças na relação com os clientes. [...] Quando eu trabalhava sozinha como autônoma, percebia a falta de respeito das clientes com horários pelo fato de trabalhar em casa. [...] Já no uberizado, como presto serviços em um salão localizado no centro da cidade, vejo uma enorme diferença na relação de respeito com horários. Quanto aos valores também. Quando somos autônomos e exercendo a função em casa, algumas clientes esperam um preço absurdamente barato e aqui no salão não. Elas sabem reconhecer o meu trabalho, valorização essa que eu não via como autônomo. Mesmo utilizando o espaço, tenho total autonomia para trabalhar do meu jeito, da minha maneira.” (E7)

“Vejo como uma nova de trabalho. Percebo o autônomo com livre autonomia para definir horários e seus preços. Já o uberizado deve seguir a parceria, as regras definidas pela parceria.” (E8)

“Trabalhei sozinha como autônoma em meu primeiro salão em casa. Hoje tenho um estabelecimento maior, com mais colaboradores. Não percebo muitas diferenças. Talvez o uberizado proporciona mais liberdade ao profissional no que diz respeito aos compromissos que o dono tem. O salão fecha e a dona fica. Organizando, comprando, limpando e sendo responsável por arcar com todos os custos do espaço.” (E9)

“Acho que o autônomo pode tomar decisões sozinho enquanto o uberizado deve respeitar as regras do ambiente em que trabalha.” (E10)

“Eu enxergo o autônomo como responsável por ser serviço, enquanto o uberizado está utilizando um espaço e o nome de outro estabelecimento. Sendo assim, o salão proprietário fornece sua confiabilidade ao cliente no momento em que dispõe seu nome.” (E12)

Conforme o núcleo de pensamento das entrevistadas acima, identifica-se que a diferença entre o autônomo e o uberizado seja mais na questão da autonomia. O profissional autônomo detém o controle de seus ganhos, horários e regras, enquanto o uberizado, teria que submeter às regras estipuladas pelo estabelecimento parceiro.

A Entrevistada E4 expõe seu pensamento que preferiu sua liberdade e nunca pensou na possibilidade de prestar serviços em outro local. Distingue-se em seu depoimento, a certeza da preferência em continuar sendo autônoma e não se tornar uberizada de nenhuma forma em outro estabelecimento.

A entrevistada E9 relata que trabalhou como autônoma sozinha por muito tempo e hoje como proprietária e com colaboradores em regime de parceira, ou uberizados, enxerga uma nova forma de atuação onde há liberdade ao profissional. Cabe salientar, que a E9 descaracteriza a relação de trabalho uberizada, visto que é proprietária de estabelecimento e oferece o espaço físico para outros profissionais. Usando uma certa analogia com o Uber, ela seria a proprietária da plataforma no momento em que ela é proprietária do salão e oferece o espaço de trabalho, sem o vínculo.

Tudo pode ser previamente combinado e nota-se ainda que esses colaboradores que atuam no estabelecimento da E9, possuem autonomia conforme o que foi organizado com a dona. Contudo, ela na visão de administradora do espaço físico, e neste estudo constando como “plataforma” se utilizarmos o termo Uber, comenta que o uberizado não possui responsabilidades com o estabelecimento, prestando seu serviço e indo embora, o que acarreta mais afazeres a ela e que vem a justificar a participação nos ganhos.

Percebe-se nas características do trabalho do grupo analisado, que vão ao encontro do entendimento da lógica da uberização, como o vínculo frágil, a dúvida quanto aos ganhos, a informalidade, a precariedade, a renda variável, entre outros. Conforme Schwab (2016), muitas relações de trabalho serão transformadas da percepção tradicional. Os benefícios serão a versatilidade no trabalho, tempo e local. As desvantagens, porém, é de que se trata de trabalho não regulamentado.

No que retrata a legislação, as relações formais de trabalho no Brasil são regidas por uma legislação trabalhista, a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), a qual foi elaborada em 1943. Alberton (2011, p. 40) explica:

Para um regime de emprego, todas as pessoas, que prestam serviço não eventual para um mesmo empregador, seja esta pessoa física ou jurídica, devem ser contratadas de acordo com o estabelecido na CLT e em outras determinações legais.

Todavia, nem sempre ocorre desta forma no Brasil. Alberton (2011) evidencia que muitos indivíduos exercem funções constantes para corporações, entidades, ou até para diferentes pessoas, sem vínculo efetivo de emprego, privando-se de adquirir amparo social que lhe é devido. Habitualmente isso ocorre, com a argumentação capitalista referente às despesas para contratar um funcionário. Além disso representar violação à Lei, essa circunstância prejudica as relações de trabalho e precariza o contexto coletivo brasileiro.

Quanto a inclusão de um aplicativo como da plataforma Uber no ramo da indústria da beleza, as participantes divergem se ele pode vir a ocorrer.

“Não acredito. Como profissional vejo que enquanto as pessoas não tiverem comprometimento com horários e respeitarem esses horários, respeitar o trabalho do profissional. Como cliente não acredito também, pois não existe a confiabilidade no profissional. Só faço meu cabelo, minha unha com que eu conheço. Sou fiel aos que me prestam serviços. Não confio em um aplicativo que me oferece profissionais que não conheço.” (E1)

“Enxergo logo o processo de uberização da beleza em capitais, mas no interior não sei se seria viável, pois são pessoas são mais desconfiadas.” (E7)

Percebe-se nas entrevistadas que o fator do grupo analisado ser de cidade do interior, essa desconfiança possa vir ocorrer, tendo em vista que em cidade pequena, a maior da população se conhece e elas afirmam a dúvida em relação a confiabilidade do cliente no profissional.

Por outro lado, outras relatam que confiam na possibilidade de uma plataforma ter sucesso.

“Acredito que possa ocorrer sim. Cliente pode utilizar algum aplicativo e eu trabalhando a domicílio seria interessante.” (E3)

“Acredito sim e acho maravilhoso. Seria uma nova forma de aumentar nossa lucratividade. Se tivéssemos um app no qual o cliente buscasse atendimento, ia gerar uma nova forma de rendimento e prospecção de novos clientes. E quanto aqueles clientes que ficarem receosos de usarem um aplicativo, continuariam a agendar seus horários com seu profissional de confiança.” (E5)

“Acredito que sim. As pessoas prezam cada vez mais o fator tempo. Assim, a manicure que mais perto está, ou a primeira que tem horário

disponível em vez de você ligar para vários salões para verificar a disponibilidade de horários.” (E12)

“Quanto ao aplicativo se ocorrer, não sei até onde os clientes da cidade utilizariam, considerando que alguns ainda prezam a fidelidade ao profissional.” (E9)

Nota-se na análise das entrevistas acima que o fator tempo disponível da cliente, torna-se relevante no uso de um aplicativo e na questão faturamento também, pois geraria novos clientes.

Já para a participante E3 que atende unicamente em domicílios, percebe-se um contentamento no caso de as clientes virem a utilizar uma plataforma. Facilita o transporte e aumentaria seus ganhos.

A entrevistada E5 mostrou-se bem adaptada com a ideia, acreditando que aumento o número de clientes e discorda da opinião da confiabilidade do cliente, pois mesmo com um aplicativo, ele teria a opção de escolher o profissional que ele quer e não apenas o que o sistema oferece. Talvez a visão da E5 seja em virtude de ter sido dona de estabelecimento e atualmente trabalha em parceria com outro salão em Taquara, tendo assim, uma visão mais aguçada de clientela.

Entretanto, a entrevista E11 permanece em dúvida quanto à um aplicativo:

“Acho que não. Maior parte das clientes tem que conhecer o profissional que vai lhe atender ou vai por indicação. Não acredito que iriam em alguém completamente desconhecido. Mas se ocorresse um aplicativo por exemplo, para nós donos de salão seria lucrativo, pois aumentaria o giro de clientes.” (E11)

Constata-se que a entrevistada E11 fica relutante na questão da fidelidade dos clientes, se vão se adaptar ou não. Por outro lado, ela enxerga como aumento de clientes e de faturamento se vir a ocorrer a inclusão de uma plataforma. Especificamente, no caso da entrevistada E11 que é proprietária de salão, nota-se que a inclusão de uma plataforma em que o cliente marcaria por ali seu horário e solicitaria seus serviços, se viesse a utilizar seu estabelecimento com profissional que tivesse uma relação de parceria com cadeira alugada, seria altamente lucrativo. Tanto para E11 profissional da área da beleza conquistando novos clientes via aplicativo, como na qualidade de proprietária recebendo comissão pelo uso do espaço físico.

As características que mostram uma relação de trabalho uberizada a partir da análise das entrevistas, constata-se que a uberização do grupo analisado, utilizando o conceito relativo de aluguel de espaço físico e não aplicativo, já ocorre há mais tempo com denominação de parceria. O mercado de serviços pessoais da indústria da beleza contempla diversas formas de operação quanto a regularização.

Podem ser autônomos, Microempreendedores Individuais, que atuam individualmente ou em estabelecimentos estéticos. Cabeleireiros, manicures, profissionais da estética ao ingressarem no mercado podem optar por regularizarem-se como pessoas físicas ou jurídicas. A escolha deve ser feita tendo em vista adquirir um benefício ao profissional entre as possibilidades legais vigentes.

Percebe-se na análise, que não há uma percepção por parte dos trabalhadores que seus trabalhos sejam precarizados. Ao contrário do que a literatura traz e a Professora Ludmila, primeiro o profissional enxerga mais coisas positivas do que negativas. Segundo para as trabalhadoras, isso é absolutamente normal, tendo em vista que o ramo da beleza sempre foi assim. Elas acabam por se acomodar e nota-se que algumas ainda justificam essas precariedades com fatores como a crise, a concorrência, a falta de organização de horários, e defendem a postura que quanto mais trabalhar, mais vai faturar, não vislumbrando os problemas de saúde que a atividade pode acarretar, calculando a geração de renda e não os prejuízos causados. E em terceiro, talvez eles não quisessem ir para uma relação de trabalho via emprego, celetista, tradicional.

Ao contrário da teoria, o trabalho incerto, não deixa elas insatisfeitas, mas gera satisfação pessoal, pois elas argumentam a realização profissional como motivação e salientam ainda a flexibilidade de horários importante neste setor.

É importante salientar que este grupo apesar de ter características uberizadas com os aspectos de jornada exaustiva, flexibilidade, incerteza do ganho, responsabilidade total por parte do trabalhador sem um amparo em algum empregador, ainda que obedeça a jornada de trabalho e remunere este “pseudo” empregador, ele não se sente precarizado.

O quadro 5 demonstra as características da uberização que aparecem no trabalho deste grupo analisado, com suas interpretações na relação uberizada.

Quadro 5 – Características da uberização do trabalho deste grupo analisado

CARACTERÍSTICA DO GRUPO	SIGNIFICADO NA RELAÇÃO UBERIZADA
Flexibilidade	Trabalhador sente-se flexível para compor seus horários de trabalho
Autogerenciamento	Ele se auto gerencia, não necessitando de um gerente para chefiá-lo
Liberdade	Trabalhador sente-se livre, sem vínculo com empresa
Ausência de vínculo empregatício	Sem garantias trabalhistas
Prestação de serviços ocasional	Trabalham conforme necessidade
Aluguel do espaço físico	Pagam aluguel para utilizarem um espaço em um estabelecimento que já possui carteira de clientes
Remuneração conforme comissão	Quanta mais trabalha, mais ganha, mas ocorre a falta de previsibilidade de ganhos
Vínculo frágil	Trabalhador pode ser substituído a qualquer momento pela empresa que oferece o serviço, ou pelo cliente
Autonomia	Trabalhador mantém suas decisões e sua liberdade no trabalho
Jornada exaustiva	Jornada que excede a capacidade física do trabalhador

Fonte: Minha autoria.

Salienta-se que a característica da precarização do trabalho, não apareceu nos relatos do grupo estudado, mas pôde ser visualizado pela pesquisadora, apesar das profissionais não a perceberem. O significado de precarização na relação uberizada pode ser considerado o sentido que todo o risco é do trabalhador ele passa a ser um empreender de si, sendo responsável por tudo acontece.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da fundamentação teórica, dos autores pesquisados, constata-se que o mundo do trabalho vive em transformação. O setor de serviços expandiu-se nos últimos anos e as organizações foram estabelecendo novas formas de trabalho, tal como o trabalho flexível.

Essa flexibilização do trabalho, abrange principalmente os trabalhadores que dispõem do trabalho informal e assim passam a ter vínculos diversificados, ou nenhum vínculo, com as empresas.

É dentro deste contexto que se insere o presente estudo cujo objetivo geral é analisar as relações de trabalho de um grupo de profissionais autônomos que atuam em salões de beleza da cidade de Taquara/RS à luz da ideia de uberização destas relações, compreendendo seus aspectos positivos e negativos. Para atender este propósito, o primeiro objetivo específico foi compreender o conceito de uberização das relações de trabalho e seus principais aspectos.

Acerca do conceito de uberização, ele pode ser visto como uma mudança do trabalho, em que o trabalhador é o empreendedor de si próprio, sem nenhum tipo de direitos trabalhistas e sem garantias. O trabalhador é responsável pelo serviço, os quais as empresas oferecem, sem com isso ter vínculo com esta referida organização. A empresa entra como intermediária oferecendo o trabalho e o indivíduo uberizado entra com a mão-de-obra e seu conhecimento técnico, assumindo grande parte do risco do negócio e tendo um autogerenciamento bastante questionável.

Essa relação de trabalho uberizada, pode ser considerado um novo modo de conduzir o trabalho, em que a flexibilidade normalmente é constante. Uberização do trabalho que pode ser vista com mais frequência no setor de serviços e deve abranger números maiores com o tempo, principalmente nos setores “mais uberizáveis”, que seriam os relacionados à prestação de serviços.

Percebe-se neste estudo, diversas formas das trabalhadoras entrevistadas visualizaram os conceitos e os reflexos da uberização. A maior parte delas reconhece aspectos uberizados em seu trabalho, no que caracteriza a ausência de vínculo trabalhista. Porém, nota-se que várias possuem uma carga horária pré-determinada para cumprir. Não que elas sejam obrigadas como funcionários de uma

empresa com garantia; elas sentem-se livres, mas na realidade não são, pois cumprem uma jornada estipulada.

Para melhor compreender estas percepções o segundo objetivo específico tratou de identificar as principais características das relações de trabalho de um grupo de profissionais autônomos de salões de beleza da cidade de Taquara/RS.

Percebe-se como características principais relatadas pelas entrevistas a autonomia, remuneração, regularização social e início na área da beleza; a praticidade e flexibilidade; a realização profissional, sociabilidade, responsabilidade, motivação e satisfação; a concorrência e diferenciação; o mercado em expansão na cidade, aperfeiçoamento e relações profissionais; os regimes de parceria e a predominância feminina no setor.

Essas características demonstram a influência do contexto da realização profissional, de modo que o grupo acaba não percebendo as inúmeras desvantagens que o setor oferece, tais como a vínculo frágil, a incerteza do ganho, ausência de garantias trabalhistas, entre outros. Percebe-se a desmotivação no grupo no sentido gerado pela sobrecarga de trabalho, justificada por elas habitual do ramo no que condiz na relação com o dinheiro. As próprias entrevistadas alegam que se sentem cansadas alguns dias conforme excesso de produção, mas isso designa um faturamento maior, o que segundo elas é vantajoso financeiramente. Nota-se que as entrevistadas não constatarem os malefícios a saúde no futuro que essa sobrecarga pode gerar, como problemas de postura com posições incomuns e fazer trabalho repetitivo. E que se isso ocorrer, não terão amparo institucional em alguns dos casos em que são informais e nem mesmo aquelas que contribuem de alguma forma para a previdência, dado que as mudanças que se aproximam podem dificultar o acesso a esta seguridade para este perfil de trabalhador.

Após esta análise dos profissionais, percebeu-se ainda a falta de união entre os profissionais da beleza. O intuito desta comparação é verificar se existia relações de parceria amigável entre concorrentes, e o que se notou nas entrevistadas que não realmente não acontece. Profissionais divergem sobre a concorrência, mas preocupam-se frequentemente com ela e não fazem questão de manter vínculo com outros estabelecimentos. Não é estranho a falta de união em um grupo de profissionais que trabalha de maneira individualizada, ou seja, assumindo todo o risco do ser e fazer, como foi visto ao longo da análise.

O terceiro e último objetivo é compreender em que aspectos as relações de trabalho destes profissionais se aproximam da lógica da uberização, percebendo seus aspectos positivos e negativos.

Através da observação dos entrevistados do grupo estudado, entende-se que os aspectos positivos e negativos são diversificados, de acordo com o perfil profissional. Entretanto, destacam-se a flexibilidade, a autonomia, a liberdade, a satisfação e o recebimento diário de dinheiro como aspectos positivos percebidos pela maior parte do grupo. Percebe-se o quanto esses profissionais prezam a autonomia e a flexibilidade de horários, não percebendo o quanto são ilusórias, pois mesmo seu próprio gerente, se o trabalhador resolver não trabalhar em determinado dia, ele vai sofrer prejuízo financeiro, pois não vai faturar, ele pode ser substituído pelo estabelecimento, ou ainda, pode perder um bom cliente para a concorrência se puder atendê-lo no referido dia. Sendo assim, essa autonomia e flexibilidade estão presentes na cultura difundida aos trabalhadores e não na realidade dentro do setor.

No que diz respeito aos aspectos negativos, a pesquisa mostra nos relatos das participantes os fatores relacionados aos clientes como descumprimento de horários e os que não comparecem no horário agendado. Quanto à privacidade domiciliar, as que trabalham junto a casa demonstram as dificuldades em diferenciar a vida pessoal e profissional. Além disso, é mencionado como negativo pelas entrevistadas a rotina desgastante em termos de horas trabalhadas, já citado acima como característica do setor estudado. Percebe-se citados pelos trabalhadores como pontos negativos aspectos relacionados aos clientes e não ao trabalho. A falta de respeito por parte dos clientes, a falta de privacidade em casa por causa dos clientes. Apenas a rotina desgastante foi relacionada ao trabalho por estes profissionais, pois outros fatores que talvez poderiam ser considerados negativos, eles não percebem e justificam como normal do setor. Fatores esses que seriam os já citados acima, presentes na relação uberizada, como a incerteza do ganho, o vínculo frágil, a falta de garantias sociais, entre outros.

Tendo em vista os aspectos observados no decorrer das entrevistas, percebe-se presente nos relatos a lógica da uberização constante nas relações de trabalho deste grupo. Conforme as definições de uberização no que tange ausência de vínculo trabalhista, ganhos incertos e flexibilidade, nota-se que os trabalhadores já participam deste movimento há mais tempo que a ideia da própria plataforma Uber,

que gerou o verbo uberizar, na condição dos chamados regimes de parcerias, atualmente regulamentado por lei federal.

Diante do exposto, no que diz respeito a questão que foi foco do estudo, se as relações de trabalho de um grupo de profissionais autônomos que atuam em salões de beleza da cidade de Taquara/RS se aproximam ou não da ideia de uberização destas relações com seus aspectos positivos e negativos, pode-se dizer que apesar da literatura ao estudar a flexibilização do trabalho, atribui o termo precarização às relações de trabalho uberizadas, percebe-se nesta pesquisa que os profissionais do grupo estudado não enxergam o trabalho deles como precarizado. Uberizado, até sim, mas precarizado não.

Tal constatação é revelada nas entrevistas no momento que o profissional se mostra satisfeito com seu trabalho e ainda relaciona as adversidades ocorridas no dia a dia, tais como excesso de jornada e poucos ganhos, com justificativas a respeito de aumentar a demanda, esticar horários, falta de interesse, ausência de novas técnicas, desemprego, não presumindo a precarização que ocorre na área. Isso tem aparecido em estudos com a plataforma Uber, conforme alguns estudos.

No que representa combater a precarização, encontra-se na revista IHU um artigo relacionado ao trabalho subordinado dos aplicativos, onde o trabalho é definido como neofeudal. O trabalhador pode ser considerado “empreendedor de si mesmo proletariado”. (IHU, 2019, s/p.).

Seguindo essa linha de pensamento e percebendo as características encontradas no grupo estudado, nota-se que o trabalhador acredita que ele é o empreendedor de si mesmo e quanto mais ele trabalha, mais ele ganha. A sociedade em geral, parece acreditar no fato do autônomo ser seu próprio chefe. O trabalhador por sua vez, quando aceita a relação uberizada, acaba não percebendo as desvantagens por traz dela. Ele acredita em parceria, quando, entretanto, é o dono da empresa, no presente estudo o salão, quem dita as regras e possui a força maior nesta relação que não é de fato uma relação de trabalho como tradicionalmente pensada, por não envolver empregado e patrão. O “empregador” define a jornada e não reconhece o vínculo empregatício. Inclusive, isso pode ser comprovando em uma rápida pesquisa em site de emprego em que aparecem vagas com essas características de trabalho autônomo, porém com jornada estabelecida.

Ressalta-se que o trabalhador não possui força nenhuma nessa parceria ou, muito pouca força. É um vínculo adormecido e o trabalhador não percebe. Como

analogia ao Uber, no grupo estudo o trabalhador precisa estar à disposição no salão se chegar cliente mesmo não estando agendamento, pois isso normalmente acontece. Alguns dias inclusive, sem nada de marcações na agenda, ele continua pronto ao serviço esperando algum cliente chegar, o que pode não acontecer e não gerar nenhum rendimento naquele dia. Mesmo assim, as trabalhadoras estudadas não indicam em suas reflexões sobre trabalho o reconhecimento de uma relação precarizada. Isso aparece indiretamente, poucas vezes, mas não se pode concluir que o percebem como precarização. Antes o contrário.

Esse descompasso de pensar o trabalho uberizado como precarização na literatura e o que ocorre no grupo estudado, pode se justificar pelo fato de que o próprio profissional alega essa disposição constante dedicada ao trabalho, de forma que ele não trabalhar, “ele não recebe”.

Além disso, a legislação atual formalizou uma certa uberização do trabalho destes profissionais com a lei do salão parceiro. O trabalhador se formaliza como microempreendedor com intuito de ser regularizado, porém essas normas não se aplicam ao mesmo, pois ele não possui nenhum domínio nas parcerias.

Em virtude disso, conclui-se que as relações de trabalho de um grupo de profissionais autônomos que atuam em salões de beleza da cidade de Taquara/RS se aproximam da ideia de uberização, mas não sinalizam para estas profissionais uma relação precarizada.

Percebe-se ainda nesta pesquisa, uma ausência de regimento profissional, no que tange a abertura do estabelecimento. A lei que rege a prática das profissões da área da beleza, não possui um órgão fiscalizador sobre cursos existentes no mercado. Existem escola de formação sem controle de nenhum ministério específico para a área, as quais fornecem o curso, entregam o certificado, sem nenhum rigor de exigências de conhecimentos específicos de saúde, de higiene, de administração. O indivíduo estando apto com a exigências da vigilância sanitária e receita federal, pode se regularizar como microempreendedor. Essa falha no conjunto de leis, prejudica as relações entre os profissionais, impossibilita uma concorrência sadia e desfavorece o trabalhador entrante na área, muitas vezes sem nenhum suporte administrativo, acaba se endividando mais do que faturando.

Em termos de novas pesquisas sugere-se estudos quantitativos, com grupo maior de participantes, para analisar se as percepções seriam diferentes. Com as

características descritas neste estudo, seria interessante um questionário para um grupo maior de trabalhadores, por exemplo.

Finalmente, no que diz respeito a satisfação por ter executado o presente estudo, cabe ressaltar que a autora recebeu duas propostas de parceria de trabalho nos salões de beleza durante as entrevistas, visto que trabalhou muitos anos no setor.

REFERÊNCIAS

- ABIHPEC Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos. **Panorama do Setor 2017**. São Paulo, 2017. Disponível em: <<https://abihpec.org.br/publicacao/panorama-do-setor-2017/>>. Acesso em: 18 set. 2018.
- ABÍLIO, Ludmila Costhek. **Uberização do trabalho: subsunção real da viração**. 2017. Disponível em: <<https://blogdaboitempo.com.br/2017/02/22/uberizacao-do-trabalho-subsuncao-real-da-viracao/>>. Acesso em: 3 maio 2019.
- ALBERTON, Diego Marocco. **Relações de Trabalho**. São Leopoldo: Unisinos, 2011.
- ALBORNOZ, Suzana. **O que é trabalho**. São Paulo: Brasiliense, 2006.
- ANTUNES, Ricardo. **Adeus ao trabalho?** Ensaio sobre as metamorfoses e a centralidade do mundo do trabalho. São Paulo: Cortez, 1995.
- ANTUNES, Ricardo. **Os sentidos do trabalho**. São Paulo: Boitempo, 1999.
- ARMSTRONG, Lucas. **Uberização**: qual das relações de trabalho essa categoria faz parte, uma nova? Disponível em: <<https://jus.com.br/artigos/61026/uberizacao-qual-das-relacoes-de-trabalho-essa-categoria-faz-parte-uma-nova>>. Acesso em: 5 set. 2018.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1995.
- BASTOS, Antônio Virgílio B.; PINHO, Ana Paula Moreno; COSTA, Clériston Alves. Significado do Trabalho: um Estudo entre Trabalhadores em Organizações Formais. **Revista de Administração de Empresas**, v. 35, n. 6, p. 20-29, 1995.
- BENZATI, Roberta **O século dos salões de beleza**. anoticia.clicrbs.com.br. 16/06/2012. Disponível em: <<http://anoticia.clicrbs.com.br/sc/noticia/2012/06/o-seculo-dos-saloes-de-beleza-3791813.html>>. Acesso em: 4 set. 2018.
- BITTENCOURT, Jairo Alano de et al. Qualidade de Vida no Trabalho nos Salões de Beleza da Cidade Satélite do Riacho Fundo I-DF. Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia (SEGET), 11., 2014. São Paulo. **Anais...** São Paulo: 2014.
- BRASIL, Anvisa – Agência Nacional de Vigilância Sanitária. **O que observar no Salão de Beleza?** 2017. Disponível em: <http://portal.anvisa.gov.br/noticias/-/asset_publisher/FXrpx9qY7FbU/content/o-que-observar-no-salao-de-beleza-/219201?inheritRedirect=false>. Acesso em: 3 set. 2018.
- BRASIL, **Lei complementar nº 128, de 19 de dezembro de 2008**. Altera a Lei Complementar no 123, de 14 de dezembro de 2006, altera as Leis nos 8.212, de 24 de julho de 1991, 8.213, de 24 de julho de 1991, 10.406, de 10 de janeiro de 2002 – Código Civil, 8.029, de 12 de abril de 1990, e dá outras providências. Disponível em:

<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/LCP/Lcp128.htm>. Acesso em: 4 out. 2018.

BRASIL, **Lei nº 12.592, de 18 de janeiro de 2012**. Dispõe sobre o exercício das atividades profissionais de Cabeleireiro, Barbeiro, Esteticista, Manicure, Pedicure, Depilador e Maquiador. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2012/Lei/L12592.htm>. Acesso em: 4 out. 2018.

BRASIL, **Lei nº 13.352, de 27 de outubro de 2016**. Altera a Lei no 12.592, de 18 de janeiro 2012, para dispor sobre o contrato de parceria entre os profissionais que exercem as atividades de Cabeleireiro, Barbeiro, Esteticista, Manicure, Pedicure, Depilador e Maquiador e pessoas jurídicas registradas como salão de beleza. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2016/Lei/L13352.htm>. Acesso em: 6 mar. 2017.

BRASIL, Ministério do trabalho. **Combate à Informalidade**. 2015. Disponível em: <http://trabalho.gov.br/fiscalizacao-combate-informalidade> Acesso em: 6 set. 2018.

CÂMARA DOS DEPUTADOS. **PL 5230/2013**. Transformado na Lei Ordinária 13352/2016. Projeto de Lei.Art. 1 da Lei Nº 13.352, DE 27 DE OUTUBRO DE 2016 – Disponível em: <http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=569177>. Acesso em: 6 out. 2018.

CARVALHO, Vítor Hugo Firmino de Figueirêdo. **Como a Uber contribui para a precarização do trabalho na modernidade**. Disponível em: <https://vitorfirmino.jusbrasil.com.br/artigos/534725925/como-a-uber-contribui-para-a-precarizacao-do-trabalho-na-modernidade?ref=serp> Acesso em: 4 set. 2018.

CATTANI, Antônio D. HOLZMANN, Lorena. **Dicionário de trabalho e tecnologia**. Porto Alegre: UFRGS, 2006.

CATTANI, Antônio D.; ARAUJO, Silvia M. Sindicalismo contemporâneo. In: CATTANI, Antônio D. HOLZMANN, Lorena. **Dicionário de trabalho e tecnologia**. Porto Alegre: UFRGS, 2006.

CATTANI, Antônio D.; ARAUJO, Silvia M. Sindicatos – sindicalismo. In: CATTANI, Antônio D. HOLZMANN, Lorena. **Dicionário de trabalho e tecnologia**. Porto Alegre: UFRGS, 2006.

CATTANI, Antônio David. **Trabalho e autonomia**. Petrópolis: Vozes, 2000.

DE LA GARZA Toledo, Enrique. Fin del trabajo o trabajo sin fin. In: DE LA GARZA Toledo, Enrique. **Tratado latinoamericano de sociología del trabajo**. México, 2006.

DEMO, P. **Introdução ao ensino da metodologia da ciência**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 1987.

DINO. Terra Notícias. **Mercado de beleza brasileiro é promissor, mas estabelecimentos enfrentam problemas de informalidade**. 30 ago. 2018. Disponível em: <https://www.terra.com.br/noticias/dino/mercado-de-beleza-brasileiro-

e-promissor-mas-estabelecimentos-enfrentam-problemas-de-informalidade,eb76d0bcf873b6119c800f16f944ed5afywhyg1a.html>. Acesso em: 8 set. 2018.

DWECK, Ruth Helena. A Beleza como variável econômica: reflexos nos mercados de trabalho de bens e serviços. **Texto para discussão**, n. 618, IPEA. Rio de Janeiro, 1999.

FAVA, Rui **Educação para o século XXI**: a era do indivíduo digital. São Paulo: Saraiva, 2016.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Dicionário Aurélio Básico da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1998.

FERRER, Walkiria Martinez Heinrich; OLIVEIRA, Lourival José de Oliveira. Uberização do trabalho sob a ótica do conceito de subordinação estrutural. **Revista Direito UFMS**, Campo Grande, MS, v. 4, n. 1, p. 177-194, jan./jun. 2018. Disponível em: <<http://seer.ufms.br/index.php/revdir/article/view/5574>> Acesso em: 6 set. 2018.

FISCHER, A. L. Um resgate conceitual e histórico dos modelos de gestão de pessoas, In: FLEURY, M., (org.). **As pessoas na organização**. São Paulo: Editora Gente, 2002. Disponível em: <<http://www.diferencialmg.com.br/site/images/artigos/Gesto%20estrategica%20de%20pessoas%20artigo.pdf>> Acesso em: 5 set. 2018.

FORTALEZA DOS VALOS, Prefeitura. **Normas da Vigilância Sanitária para estabelecimentos de Interesse a Saúde**. Disponível em: <http://www.pmfv.rs.gov.br/noticias/normas_da_vigilancia_sanitaria_para_estabelecimentos_de_interesse> Acesso em: 4 set. 2018.

FOUCAULT, Michel. **Ditos e escritos**: Arqueologia das Ciências e História dos Sistemas de Pensamento (Volume II). Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008.

FREITAS, Janaína. **Dia do Cabeleireiro**: conheça a história desses profissionais ao longo dos tempos. 2014. Disponível em: <<https://www.hairbrasil.com/artigo/dia-do-cabeleireiro-conheca-a-historia-desses-profissionais-ao-longo-dos-tempos>>. Acesso em: 4 set. 2018.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GIUSTI, P.H.; HENNING, P.C. (2015, abril-junho). A produção do sujeito-velho como empresário de si: cadernos de saúde fabricando modos de vida. **Revista Kairós Gerontologia**, 18(2), p. 31-57, São Paulo, FACHS/NEPE/PEPGG/PUC-SP.

GONÇALVES, Leandro Krebs. **Fundo Social do trabalhador autônomo** - Proteção e regulamentação de direitos fundamentais. São Paulo: LTR, 2017.

GONTIJO, Thaisa Laudielly; RODRIGUES, Fábio; LIMA, Joselice Ferreira. Sistema para Gerenciamento de Salão de Beleza. In: Simpósio De Excelência Em Gestão E Tecnologia (SEGET), 11., 2014, Minas Gerais. **Anais...** Minas Gerais: 2014.

GORZ, André. **Adeus ao proletariado**: para além do Socialismo. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1987.

GRISCI, Carmem L. I. Trabalho imaterial. In: CATTANI, Antônio D. HOLZMANN, Lorena. **Dicionário de trabalho e tecnologia**. Porto Alegre: UFRGS, 2006b.

GRISCI, Carmen L. I. Controle rizomático. In: CATTANI, Antônio D. HOLZMANN, Lorena. **Dicionário de trabalho e tecnologia**. Porto Alegre: UFRGS, 2006a.

GUARESCHI, Pedrinho. A., GRISCI, Carmem. L. I. **A fala do trabalhador**. Rio de Janeiro: Vozes, 1993.

GUIA TRABALHISTA. **Trabalhador autônomo x empregado**: diferenciação. Disponível em: <http://www.guiatrabalhista.com.br/guia/autonomo_x_empregado.htm>. Acesso em: 6 set. 2018.

HOLZMANN, Lorena. PICCININI, Valmíria C. Flexibilização. In: CATTANI, Antônio D. HOLZMANN, Lorena. **Dicionário de trabalho e tecnologia**. Porto Alegre: UFRGS, 2006.

HOLZMANN, Lorena. Processo de trabalho II. In: CATTANI, Antônio D. HOLZMANN, Lorena. **Dicionário de trabalho e tecnologia**. Porto Alegre: UFRGS, 2006.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **IBGE**: Serviços. Disponível em: <<http://brasilensintese.ibge.gov.br/servicos.html>>. Acesso em: 1 out. 2018.

IHU ON LINE **Revista do Instituto Humanitas Unisinos**. - Trabalho na Uber é neofeudal diz estudo “São empreendedores de si mesmo proletariados”. 2019. Disponível em: <<http://www.ihu.unisinos.br/78-noticias/589086-trabalho-na-uber-e-neofeudal-diz-estudo-sao-empresendedores-de-si-mesmo-proletarizados>>. Acesso em: 6 maio 2019.

IHU ON LINE. **Revista do Instituto Humanitas Unisinos** Nº 503 | Ano XVII | 24/4/2017. Disponível em: <<http://www.ihuonline.unisinos.br/edicao/503>> Acesso em: 4 set. 2018.

KALLEBERG, Arne L. O crescimento do trabalho precário: um desafio global. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, vol. 24, n. 69, São Paulo, fev. 2009. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-69092009000100002>. Acesso em: 5 set. 2018.

KALLEBERG, Arne L. **O trabalho precário nos Estados Unidos**. Disponível em: <[https://books.google.com.br/b \[...\]](https://books.google.com.br/b [...])>. Acesso em: 7 set. 2018.

LAKATOS, Eva M. **Sociologia da administração**. São Paulo: Atlas, 1997.

LAPIS, Naira L. Acumulação flexível. In: CATTANI, Antônio D. HOLZMANN, Lorena. **Dicionário de trabalho e tecnologia**. Porto Alegre: UFRGS, 2006.

LAZZARATO, M.; NEGRI, A. **Trabalho imaterial**: formas de vida e produção da subjetividade. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

LAZZARATO, Maurizio. NEGRI, Antônio. **Trabalho imaterial: formas de vida e produção da subjetividade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

LIEDKE, Elida R. Relações de Trabalho. In: CATTANI, Antônio D. HOLZMANN, Lorena. **Dicionário de trabalho e tecnologia**. Porto Alegre: UFRGS, 2006a.

LIEDKE, Elida R. Trabalho. In: CATTANI, Antônio D. HOLZMANN, Lorena. **Dicionário de trabalho e tecnologia**. Porto Alegre: UFRGS, 2006b.

MARRAS, Jean Pierre. **Relações trabalhistas no Brasil**. São Paulo: Editora Futura, 2001.

MARX, Karl. **El capital**. Madrid: EDAF Ediciones, 1970.

MEDA, Dominique. **New perspectives on work as value**. International Labor Review. vol. 135, n. 6, p. 633-643, 1996.

MERCURE, Daniel; SPURK, Jan (org.). **O trabalho na história do pensamento ocidental**. Petrópolis-RJ, 2005. Ed. Vozes.

MERCURE, Daniel; SPURK, Jan. Sobre o trabalho em Marx. In: MERCURE, Daniel; SPURK, Jan (org.). **O trabalho na história do pensamento ocidental**. Petrópolis-RJ, 2005. Ed. Vozes.

MINETTO, Dirceu. **"Uberização" é o presente e o futuro dos negócios**. Disponível em: <<https://canaltech.com.br/negocios/uberizacao-e-o-presente-e-o-futuro-dos-negocios-51625/>>. Acesso em: 6 set. 2018.

PASTORE, José. **Flexibilização dos mercados de trabalho e contratação coletiva**. São Paulo: LTr, 1994.

PICCININI, Valmíria C., OLIVEIRA, Sidinei. R., RÜBENICH, Nilson. V. Formal, flexível ou informal? – reflexões sobre o trabalho no Brasil. In: PICCININI, Valmíria C.; HOLZMANN, Lorena; KOVÁCS, Ilona; NAHAS, Valeska G. (Orgs.). **Mosaico do trabalho na sociedade contemporânea: persistências e inovações**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2006.

PICCININI, Valmíria C.; HOLZMANN, Lorena; KOVÁCS, Ilona; NAHAS, Valeska G. (Orgs.). **Mosaico do trabalho na sociedade contemporânea: persistências e inovações**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2006.

POCHMANN, Marcio. A nova classe do setor de serviços e a uberização da força de trabalho. **Revista do Brasil**, 2017. Disponível em: <<https://www.redebrasilatual.com.br/revistas/130/a-nova-classe-do-setor-de-servicos-e-a-uberizacao-da-forca-de-trabalho>>. Acesso em: 23 set. 2018.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

RIFKIN, Jeremy. **O fim dos empregos: o declínio inevitável dos níveis dos empregos e a redução da força global de trabalho**. São Paulo: Makron, 1995.

ROESCH, Sylvia Maria Azevedo. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração**: guias para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudo de casos. 2 ed. São Paulo: Atlas, 1999.

SACCOL, A. Z. Um retorno ao básico: compreendendo os paradigmas de pesquisa e sua aplicação na pesquisa em Administração. **Revista de Administração da UFSM**, 2(2), p. 250-269, 2009.

SCHWAB, Klaus **A quarta revolução industrial revolução 4.0**. São Paulo: Edipro, 2016.

SEBRAE Nacional. **Como o Sebrae atua no segmento de Beleza**. 2017. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/segmentos/beleza/como-o-sebrae-atua-no-segmento-de-beleza,8bd80edf67bef510VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 5 set. 2018.

SEBRAE Nacional. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas Beleza e Estética: estudo de mercado. **Salões de Beleza**. Carteira de Beleza e Estética – UACS – Brasília, novembro de 2013. Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/7492e68e544fa09897c7f3b00482a0b7/\\$File/4593.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/7492e68e544fa09897c7f3b00482a0b7/$File/4593.pdf)>. Acesso em: 3 set. 2018.

SEBRAE Perfil dos Municípios Gaúchos. **Conheça o ambiente dos pequenos negócios no Rio Grande do Sul**. 2016. Disponível em: <<http://datasebrae.com.br/rs/>>. Acesso em: 5 set. 2018.

SEBRAE Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas e ABNT Associação Brasileira de Normas Técnicas. **Salão de Beleza Guia de Boas Práticas**. Rio de Janeiro: ABNT; Sebrae, 2016. Disponível em: <<http://abnt.org.br/paginampe/biblioteca/files/upload/anexos/pdf/06b4255d0d988c37599a034be49e66e1.pdf>>. Acesso em: 5 set. 2018.

SEBRAE Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas e ABNT Associação Brasileira de Normas Técnicas. **Salão de Beleza Guia de Boas Práticas**. Rio de Janeiro: ABNT; Sebrae, 2016. Disponível em: <<http://abnt.org.br/paginampe/biblioteca/files/upload/anexos/pdf/06b4255d0d988c37599a034be49e66e1.pdf>>. Acesso em: 5 set. 2018.

SEBRAE Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Agencia Sebrae de Notícias. **MEI do mercado de beleza cresce 567% em 5 anos**. 2015. Disponível em: <http://agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/mei-do-mercado-de-beleza-cresce-567-em-5-anos,ebb54341dedbc410VgnVCM2000003c74010aRCRD>>. Acesso em: 5 out. 2018.

SEBRAE Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Os Negócios promissores em 2018**. 2018. Disponível em: <[https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/97ad9b9f0e6ec6def623f7697272c05b/\\$File/8855.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/97ad9b9f0e6ec6def623f7697272c05b/$File/8855.pdf)>. Acesso em: 2 out. 2018.

SEBRAE Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Cenário Brasileiro Para Negócios de Beleza 2017**. 2016. Disponível em: <<https://m.sebrae.com.br>>

e.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/PE/Anexos/Recife_Lei_Salao_Parceiro.pdf>. Acesso em: 4 out. 2018.

SEBRAE Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Cenário do Negócio Salão de Beleza no Brasil 2015/2016**. 2016. Disponível em: <file:///C:/Users/Micro/Downloads/DOC_PARTICIPANTE_EVT_2801_1446637543920_K-Comissao-Permanente-CDH-20151104CNJ020_parte5409_RESULTADO_1446637543920.pdf>. Acesso em: 3 out. 2018.

SEBRAE, Pernambuco. **Postura profissional e normas técnicas**. 2010. Disponível em: <https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/6E4121F67B0DF6978325783400495136/\$File/NT0004535A.pdf>. Acesso em: 4 set. 2018.

SILVA, De Plácido e. **Vocabulário jurídico**. Rio de Janeiro: Forense, 2012.

SILVA, Jonas Jorge. REVISTA IHU ON-LINE **O mundo do trabalho em um contexto de uberização**. 2018. Disponível em: <http://www.ihu.unisinos.br/78-noticias/577779-o-mundo-do-trabalho-em-um-contexto-de-uberizacao>; Acesso em: 2 out. 2018.

SILVA, Miriam Rocha. **PDSI – Plano Diretor de Sistemas de Informação para Salões de Beleza**. 2007. Disponível em: <http://www.profsergio.net/artigos/artigomiriamrocha.pdf>. Acesso em: 5 set. 2018.

TAQUARA (RS). Enciclopédia dos municípios brasileiros. Rio Grande do Sul. **IBGE**, 1959. v. 34. p. 336-341. Disponível em: <http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv27295_34.pdf>. Acesso em: 3 set. 2018.

TAQUARA. **Prefeitura Municipal**. Disponível em: <http://www.taquara.rs.gov.br/?titulo=Cidade&template=conteudo&categoria=835&codigoCategoria=835&idConteudo=2890&tipoConteudo=INCLUDE_MOSTRA_CONTEUDO>. Acesso em: 4 out. 2018.

UBER do Brasil **Tecnologia Ltda**. Disponível em: <https://www.uber.com/br/pt-br/>. Acesso em: 6 set. 2018.

WEBER, Max. **A ética protestante e o espírito do capitalismo**. São Paulo: Martin Claret, 2006.