JULIANA ANDRADE OLIVEIRA

Fazendo a vida fazendo unhas

Uma análise sociológica do trabalho de manicure

São Paulo – SP

USP

Agosto de 2014

JULIANA ANDRADE OLIVEIRA

Fazendo a vida fazendo unhas

Uma análise sociológica do trabalho de manicure

De acordo
Juliana Augusto
São Paulo, 29-10-2014

São Paulo – SP

USP

Agosto de 2014

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FACULDADE DE FILOSOFIA, LETRAS E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA

Fazendo a vida fazendo unhas: uma análise sociológica do trabalho de manicure

Juliana Andrade Oliveira

Tese de Doutoramento apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Faculdade de Filosofia Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, para a obtenção do título de Doutora em Sociologia.

Orientadora: Profa. Dra. Maria Helena Oliva Augusto

Versão corrigida

São Paulo
2014

“Eu nunca vou deixar de ser uma manicure. Uma manicure nunca deixa de ser manicure. Ela sempre vai olhar um esmalte e comentar e levar. Eu vou parar de ganhar o meu sustento com unha, mas eu nunca vou parar de fazer unha. Eu não quero é ter que ganhar pouco pelo resto da minha vida, estragar a vista ou a coluna”. Manicura A. (19 anos)

“Sociology is something that you do, not that you read” Erving Goffman[1].

[1] In SMITH, Greg. Erving Goffman. Routledge, 2006, p.4.

RESUMO

O objetivo desta tese é apresentar a análise da interação social como um meio de explicar a atividade de trabalho de manicure e a forma social que assume no Brasil. Por meio do relato das manicuras, examina as condições interacionais nas quais o trabalho é realizado associando-as às suas condições de contratação. A explicação se passa dividida em dois momentos: um sobre como o trabalho acontece e outro sobre como o trabalho é organizado socialmente, isto é, as relações sociais que o mantêm sem uma imagem profissional, mal remunerado e precário ante os riscos à saúde para trabalhadoras(es) e clientes. O primeiro capítulo apresenta dados socioeconômicos sobre o setor de embelezamento pessoal no Brasil e como o serviço de manicure tem sido abordado na literatura sociológica, verificando como os conceitos de "trabalho emocional", "trabalho estético" e "trabalho corporal" foram formulados e aprimorados para explicar o trabalho nos serviços interpessoais, nos quais se incluem os serviços de beleza pessoal. A partir das questões presentes e ausentes dessa bibliografia, o segundo capítulo apresenta a pesquisa de campo e os pressupostos teóricos que formam a análise. O terceiro refere-se às condições do emprego de manicura encontradas na pesquisa de campo, destacando a influência do contrato de trabalho estabelecido na atividade de trabalho. Comenta-se o serviço de manicure em Montréal comparando-o em linhas gerais com o brasileiro. O quarto capítulo é dedicado a propor a interação face-a-face como um aspecto central da atividade de trabalho em serviços interpessoais, e o faz por meio da análise do relato das manicuras sobre o próprio trabalho. Por fim, o último capítulo traça algumas considerações sobre o que as interações sociais do trabalho de manicurar e as suas condições de emprego dizem da sociedade em que as manicuras trabalham e vivem.

Palavras-chaves: manicure, interação pessoal, salão de beleza, atividade de trabalho, condições de trabalho.

ABSTRACT

This thesis aims to present an analysis of social interaction as a way to explain the work activity of manicurists and the social form it takes in Brazil. From the accounts detailing the experiences of manicurists, this thesis examines the interactive conditions in which work is performed, by associating these to the conditions of employment of workers in this sector. The analysis is conducted on two levels: the first about how work happens; the second on how work is socially organized, discussing how social relations prevent manicurists from obtaining a professional image and good salaries, and subject them to precarious labor conditions and higher health risks than other Brazilian workers and consumers.

The first chapter provides socioeconomic data about the beauty industry and beautification services in Brazil, including manicures. This includes a literature review that examines how the concepts of "emotional labor", "aesthetic labor" and "body work" are formulated and refined to explain the work in interpersonal services, of which personal beauty services are part. From this review, the second chapter sets out the theoretical assumptions and fieldwork that build the analysis. The third chapter examines the conditions of employment found in the field research, highlighting the influence of the labor contract on work activity. This chapter also includes an analysis of the social form of work in the manicure sector in Montreal to identify differences with Brazil. The fourth chapter examines the face-to-face interaction with clients as a central aspect of work activity in interpersonal services by analyzing the personal reports of manicurists about their work experience. Finally, the last chapter gives consideration to how the nature of service interactions and labor conditions of manicurists reflects how social relations are constructed in wider Brazilian society.

Keywords: manicure, manicurist, service interaction, beauty services, work activity, work conditions

RESUMEN

El objetivo de esta tesis es presentar el análisis de la interacción social como un medio de explicar la actividad del trabajo de manicura en Brasil y el porqué de la forma social que asume. Mediante el relato de las manicuras, examina las condiciones de interacción en las cuales es realizado, asociándolas a sus condiciones de contratación. La explicación se da dividida en dos momentos: el primero sobre cómo el trabajo se realiza y el segundo sobre cómo es organizado socialmente, es decir, las relaciones sociales que lo mantienen sin una imagen profesional, mal pagado y precario ante los riesgos a la salud para trabajadores y clientes. El primer capítulo presenta datos socioeconómicos sobre el sector del embellecimiento personal en Brasil y cómo el servicio de manicura ha sido planteado en la literatura sociológica. La estadía en la Universidad de Québec en Montréal (UQAM) ha permitido agrandar la investigación bibliográfica y constatar cómo los conceptos de "trabajo emocional", "trabajo estético" y "trabajo corporal" han sido formulados y mejorados para explicar el trabajo en los servicios interpersonales, en los cuales se incluyen los servicios de belleza personal. Partiendo de los puntos presentes y ausentes de esta bibliografía, el segundo capítulo presenta la investigación de campo y las premisas teóricas que forman el análisis. El tercero dice respecto a las condiciones de empleo de manicura encontradas en la investigación de campo, subrayando la influencia del contrato de trabajo establecido en la forma como es ejecutado. Se comenta el servicio de manicura en Montréal comparándolo con la forma social que ha asumido en Brasil. El cuarto capítulo se dedica a proponer la interacción cara a cara con un aspecto central de la actividad de trabajo en servicios interpersonales, y lo hace por medio del análisis del relato de las manicuras sobre el propio trabajo. Finalmente, el último capítulo traza algunas consideraciones sobre lo que las interacciones sociales del trabajo de realizar la manicura y sus condiciones de empleo dicen de la sociedad en que vivimos.

Palabras clave: manicura, interacción personal, servicios interpersonales, actividad de trabajo, condiciones de trabajo.

RESUMÉ

Cette thèse a pour but de présenter une analyse de L'interaction sociale comme un moyen d'expliquer le travail de manucure et la forme sociale que ce travail prend au Brésil. Partant du compte-rendu détaillé d'expériences de manucures, cette thèse examine les conditions interactives dans lesquelles ce travail est effectué, en associant ces conditions de travail avec celles des travailleurs du même secteur. L'analyse est menée sur deux niveaux : d'abord elle montre comment s'effectue ce travail, ensuite comment il est socialement organisé, montrant en quoi les relations sociales empêchent la manucure d'obtenir une image professionnelle et un bon salaire, et les soumettent à des conditions de travail précaires et de hauts risques sanitaires comparé aux travailleurs brésiliens et aux consommateurs. Le premier chapitre fournit des données socio-économiques concernant l'industrie de la beauté et les services d'embellissement au Brésil, incluant les manucures. Ceci inclut une revue littéraire qui examine comment les concepts de "labeur émotionnel", "labeur esthétique" et "travail du corps" sont formulés et affinés pour expliquer le travail de service personnel, dont le service de beauté fait partie. De cette étude, le deuxième chapitre expose des hypothèses théoriques et le champs de travail qui construisent cette analyse. Le troisième chapitre étudie les conditions de travail considérées dans le champ de recherche, mettant en exergue l'influence du contrat de travail dans l'activité de travail. Ce chapitre inclut également une analyse de la forme sociale du travail dans le secteur de la manucure à Montréal pour en identifier les différences avec celle du Brésil. Le quatrième chapitre réfléchit à l'interaction avec les clients comme un aspect central du travail dans les emplois du service en analysant les rapports personnels des manucures durant leur travail. Finalement, le dernier chapitre prend en considération la nature des interactions dans les emplois du secteur du service, et les conditions de travail des manucures, et comment les relations sociales y sont construites dans la société brésilienne.

Mots-clés: manucure, interaction personnelle, service de la beauté, activité de travail, conditions de travail.

AGRADECIMENTOS

Sem a participação das manicuras, nada teria sido possível. Obrigada a todas as entrevistadas pelo tempo e principalmente pela confiança.

Agradeço à Fundação Jorge Duprat Figueiredo de Medicina e Segurança do Trabalho – FUNDACENTRO pela concessão de afastamentos do exercício de trabalho, fundamentais para a realização da pesquisa que compõe esta tese.

Agradeço à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Ensino Superior – CAPES pela participação no Programa de Doutorado Sanduíche (PDSE), o qual possibilitou a estadia na Universidade de Quebec em Montréal – UQAM.

Agradeço à Maria Helena Oliva Augusto, minha orientadora. Sem ela, nada teria acontecido; e se por acaso tivesse, não teria sido tão bom. Esta pesquisa não teria a liberdade de trilhar caminhos pouco convencionais e eu não teria tido a coragem de continuar neles. Obrigada “prôfa” por confiar em mim e por me fazer, a cada encontro, gostar ainda mais deste desafio.

Agradeço à Leda Leal Ferreira, que foi minha chefe no Serviço de Ergonomia da Fundacentro até abril de 2012, pelo incentivo e colaboração sobre as condições de realização desta pesquisa. Não menos importante, agradeco pela sua orientação profissional, pelo companheirismo, pelo apoio, pela torcida, e principamente por me oferecer um exemplo de pesquisadora a ser seguido.

É preciso agradecer especialmente a Ricardo Daltrini, meu chefe na Coordenação de Saúde no Trabalho da Fundacentro por me proporcionar as condições de trabalho necessárias para fazer esta tese. A sua preocupação e o seu carinho com seus colegas é um exemplo a ser seguido, e fez com que esta tese se realizasse em bons termos.

Agradeço a Marco Antonio Bussacos pela valiosa colaboração com a elaboração e os conselhos de uso sobre os dados estatísticos da PNAD, e pela amizade. Poder contar com um colega de trabalho como o Marco é um presente do cotidiano.

Jussara Soares e Thais Placca Ferraz, muito obrigada pelo trabalho cuidadoso e criterioso ao administrar os procedimentos institucionais desta tese frente em relação à Fundacentro. Da mesma forma, pelo mesmo trabalho bem feito, agradeço aos funcionários do Departamento de Sociologia Gustavo Mascarenhas e Ângela Ferraro. Agradeço também aos coordenadores do Programa de Pós Graduação em Sociologia da Universidade de São Paulo, Paulo Menezes, Maria Helena Oliva Augusto (até 2013) e Vera Telles e Ruy Braga, que trabalharam para manter o nível de excelência do curso, conhecido de todos.

Daniela Sanches Tavares, além de uma ótima colega de trabalho, foi uma interlocutora e uma grande amiga. Agradeço imensamente a sua companhia e os nossos diálogos, que tantas vezes aliviaram-me da solidão do trabalho intelectual e abriram-me os olhos para aspectos importantes da pesquisa.

Agradeço aos colegas da Fundacentro que torceram por mim, apoiaram-me em momentos difíceis, e pela companhia agradável que eles sempre são. Entre tantos amigos torna-se difícil mencionar todos os nomes sem o risco de esquecer-me de algum, e por isso peço desculpas por não citá-los cada um.

Agradeço a Angelo Soares por ter proporcionado minha estadia na UQAM, em Montréal, pelo conforto da acolhida nas minhas primeiras semanas no Canadá, pela sua preocupação com o meu bem-estar e com a pesquisa.

Agradeço a Maíra Muhringer, Mariana Thibes, Pedro Mancini, Regina Carrielo pelos encontros no qual discutíamos nossas pesquisas e compartilhávamos os prazeres e os desafios de exercer a sociologia. Agradeço por todas as importantes observações recebidas e pelo companheirismo.

Agradeço a Helena Hirata pelas suas passagens no Departamento de Sociologia da Universidade de São Paulo. Ser sua aluna proporciona a qualquer um grande aprenzidado intelectual. Não fosse por ela, e pelo esforço de Nadya Araújo Guimarães, eu não teria conhecido importantes pesquisadoras e seus belos estudos sobre gênero e trabalho.

Tive a sorte de contar com uma excelente Banca de Qualificação. Agradeço Liliana Segnini e Suzanna Sochaczewski pela avaliação, que foi essencial para o desenvolvimento da pesquisa, pois ofereceu questões e alertas valiosos.

Obrigada a Paulo Rogers Ferreira pelas provocações intelectuais que me fizeram muito bem! Obrigada a Maíra Muhringer e Danilo França pela leitura e pelos comentários sobre a tese.

Foram quatro anos pensando nas manicuras e no trabalho delas, fazendo perguntas a quem quer que fosse sobre isso, e nos últimos meses recusando convites carinhosos e divertidos para entregar-me à companhia da escrita. Obrigada Sharlene Tavares Silva, Lara Damha, Diogo Oliva, Juliana Ventura de Souza Fernandes, Aline Banchieri, Danilo França, Virginia Ferreira, Francisco Veiga, Sandro Detoni, Natália Frizzo, Djalma Das Oliveira, Crisleine Yamaji, Graziela Henke e Leandro Siqueira, Erica Lippert, Carolina Gigek, Elizabeth Chen, Raquel Duaibs, Edgardo Alvarez Puga, Selvino Heck, pelas energias positivas, pela torcida, pela honra das suas amizades. Também aqui corro o risco de não haver mencionado outras pessoas importantes, e peço desculpas antecipadamente.

Viver um ano em Montréal foi uma experiência muito importante na minha vida e não teria sido maravilhosa se não fosse pela amizade e carinho de Amelie Nadeau, ma colocataire parfaite! Merci aussi a Anne Latemdresse, Catherine Rodriguez, Madeleine Delisle, Jorge Falah Luke, Yuki Isami, Alice C. H, Oskar Urbina, Olga Sola, Silvestre Neto, Maíra Diniz, Andressa Lage, Raphael Callou, Clara Pacheco, Juliana Trevas, Lissiene Neiva, Arthur Mesquita, e novamente a Grazi Henke, Elizabeth Chen e Carolina Gigek. Vocês deixaram saudades!

Lucinete Carvalho e Yvi Kervin foram fundamentais no bom andamento da pesquisa de campo em Montréal. Muito obrigada por terem sido tão gentis!

Regina Torres Freire, obrigada por manter “minha espinha ereta e meu coração tranquilo” por tantas vezes, até mesmo ajudando-me a encontrar manicuras para participar da pesquisa.

Agradeço à colaboração imprescindível de Mariazinha Hellmeister, do Sindibeleza, em São Paulo, de Fernanda Franco e Pablo Bressan, do Sindimani, e a Ricardo Taylor da Central Única dos Trabalhadores, no Rio de Janeiro.

Natália Andrade Oliveira Beeler, minha irmã, obrigada por ter sido grande amiga e companheira de trabalho também com sua ajuda nas transcrições das entrevistas. Benjamin Beeler, obrigada por ter sido sempre tão gentil comigo trazendo-me livros importantes a cada viagem sua ao Brasil.

Meus pais, Wilson Gomes de Oliveira e Maria Goret Andrade de Sousa Oliveira, muito obrigada por todos os ensinamentos. Obrigada por me amarem. Mais uma vez, este trabalho é resultado do trabalho de vocês.

Na verdade, muita gente ajudou e este texto de agradecimento não tem fim, mas, assim como no texto de uma tese, é preciso impor um ponto final. Não posso deixar de dizer, no entanto, que as inúmeras imperfeições deste trabalho são todas apenas de minha responsabilidade.

SUMÁRIO

RESUMO **3**

ABSTRACT **4**

AGRADECIMENTOS **7**

SUMÁRIO **11**

APRESENTAÇÃO **1**

1. OS SERVIÇOS DE BELEZA PESSOAL E AS UNHAS **12**

DADOS SOBRE A MÃO DE OBRA NOS SERVIÇOS DE EMBELEZAMENTO PESSOAL NO BRASIL 21

NEGÓCIO PARA IMIGRANTES 23

OS ESTUDOS SOBRE O SALÃO DE BELEZA 27

EMOÇÕES, CORPO E IMAGEM PESSOAL NO TRABALHO 32

O trabalho emocional *33*

Trabalho corporal *47*

ESTUDOS SOBRE O TRABALHO NO SALÃO DE BELEZA 53

"MANICURES", UMA QUESTÃO DE SAÚDE PÚBLICA. 71

A saúde segundo as manicuras entrevistadas. *78*

O trabalho emocional e os riscos à saúde *81*

COMENTÁRIOS GERAIS 82

2. A PESQUISA E A FORMAÇÃO DE UM QUADRO DE ANÁLISE **86**

Em busca de um quadro de análise para o serviço de manicure *96*

3. O EMPREGO DAS MANICURAS EM SALÕES DE BELEZA. **101**

ESPAÇO 116

TEMPO 120

O SERVIÇO DE MANICURE NO QUÉBEC 122

TRABALHAR NA CASA DA CLIENTE 129

4. A INTERAÇÃO PESSOAL COMO TRABALHO **131**

AS INTERAÇÕES SOCIAIS DE SERVIÇOS 137

TIPOS DE INTERAÇÕES DE SERVIÇO 139

A INTERAÇÃO SOCIAL NO SALÃO DE BELEZA 142

O GERENCIAMENTO DA INTERAÇÃO 148

A DEFINIÇÃO DA SITUAÇÃO E AS REGRAS DA INTERAÇÃO 153

O CONTATO ENTRE OS CORPOS 160
INTERAÇÕES DE RELAÇÕES E DE ENCONTROS COM NINGUÉM 173
QUEBRAS DE PROTOCOLO E INTIMIDADE 179
CARE E TRABALHO 188

5. FAZENDO A VIDA FAZENDO UNHA 200

A CONSUBSTANCIALIDADE DAS RELAÇÕES SOCIAIS EXPRESSA NO TRABALHO DE MANICURAR 217

SER MANICURO 226

REFERÊNCIAS 236

IMAGENS EM MOVIMENTO (FILMES E PROGRAMAS DE TELEVISÃO) 236
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS 236
ANEXOS 1
1. ROTEIRO DE ENTREVISTA SEMI ESTRUTURADA PARA MANICURAS E MANICUROS 1
TERMOS DE INFORMAÇÃO E CONSENTIMENTO. 10

QUADRO DE MANICURAS ENTREVISTADAS 1

APRESENTAÇÃO

"Fazer as unhas", isto é, embelezar as unhas, é um hábito cada vez mais comum entre as mulheres brasileiras. Isso é fácil de observar à nossa volta. Antes reservadas às ocasiões sociais, agora as unhas pintadas estão em todos os lugares, do escritório ao canteiro de obras. "Fazer as unhas" é uma maneira de embelezar-se, de brincar com o próprio corpo, mas também de construir uma imagem pessoal, de demonstrar uma aparência cuidada. Essa construção, fabricação, moldagem da imagem corporal ou, mais amplamente, da imagem pessoal, é cercada de trabalho. Trabalhos para uso próprio ou para ser trocado por dinheiro. O segundo caso, o trabalho de cuidar da aparência de outrem em troca de valor econômico, é o objeto desta tese.

O serviço de manicure consiste em cuidar do/fazer o embelezamento das unhas. É majoritariamente exercido por mulheres, para clientes mulheres. As manicuras[2] podem trabalhar em salões de beleza, nas casas de suas clientes, ou fazer o serviço onde forem chamadas.

Uma tese sobre manicuras poderia versar sobre diversos aspectos curiosos do salão de beleza, ambiente reconhecido como arena feminina, de afirmação de uma determinada feminilidade. Não foram poucas as vezes em que fui perguntada se o meu estudo seria sobre a sociabilidade entre mulheres, investigando, por exemplo, a questão das fofocas e das trocas de conselhos amorosos. São temas que, de fato, estão relacionados à figura da manicura, propagados em obras de ficção de massa, como as novelas televisivas, filmes, comerciais de televisão.

Nas produções brasileiras, o salão de beleza aparece com mais frequência nas novelas, algumas vezes com destaque para a manicura. No cinema brasileiro, há o filme *Manicures a Domicilio*, de 1976. A história se passa com um cabeleireiro que precisa juntar dinheiro para abrir o seu salão. A estratégia dele é enviar mulheres bonitas e

[2] Usaremos a palavra manicura ou manicuro para designar a trabalhadora ou o trabalhador que exerce o serviço de manicure e/ou de pedicure.

sensuais para a casa de homens ricos para que elas sejam suas manicuras e ganhem dinheiro dessa forma. O filme já mostra o início do cinema pornochanchada, tendência que dominou a produção nacional dos anos 1980.

No fim dos anos 1990, a manicura Babalu, interpretada por Letícia Spíller, na novela *Quatro por Quatro*, foi o personagem que deu fama à atriz. Babalu era moça pobre, muito sensual e desejada no seu bairro, de personalidade forte e engraçada, apaixonada por um mecânico que a traiu, e a quem ela jura vingança. Entre 2003 e 2004, na novela Celebridade, da mesma emissora, a manicura Jaqueline Joy (interpretada por Juliana Paes) é uma garota muito bonita, cujo sonho é ser famosa. Ela trabalha no mesmo salão que Darlene, interpretada por Debora Secco, uma manicura mais ambiciosa e agressiva no seu plano de ser famosa e conquistar um homem rico. Em 2008, Rakelly, manicura interpretada por Isis Valverde na novela Beleza Pura, é uma jovem muito bonita que trabalha no salão da mãe. A personagem é cômica com seus erros de vocabulário, sua maneira destrambelhada e pretensamente sensual de agir e pela sua paixão por um pedreiro. Com exceção de Debora Secco, todas as atrizes mencionadas ficaram famosas depois da interpretação das personagens citadas, que eram engraçadas, bonitas e fúteis.

Já no final dos anos 2000, parece ter havido mudanças nas características das personagens que trabalham em salões de beleza. Com a retomada da exibição do seriado "A Grande Família", apareceu a manicura Bebel, uma jovem boa filha, apaixonada pelo marido, embora viva brigando com ele. Ela trabalha como manicura no salão de uma amiga da família, Marilda. Por fim, a aparição mais recente de uma personagem manicura em novelas da Globo foi em *Avenida Brasil*, exibida em 2012. Nela, um salão de beleza reúne um grupo de personagens em torno de Monalisa (interpretada por Heloísa Perissé), manicura de origem nordestina, que, com muito trabalho, e dispensando o dinheiro de Tufão (jogador de futebol bem sucedido), consegue montar seu próprio salão. Essa personagem é muito mais próxima da realidade das manicuras que entrevistei e, não por acaso, pertenceu a uma das novelas mais elogiadas pela crítica por ter retratado a chamada "classe C", alcunha usada nos textos jornalísticos para

designar a grande quantidade de pessoas que passaram a ter poder de consumo nos últimos anos[3].

Durante 2010, o GNT, canal de televisão brasileira, pago, exibia um programa de televisão sobre o mundo do salão de beleza, o "Conversa de Salão", às sextas-feiras, às 22h[4]. O programa filmava mulheres em salões recebendo serviços de beleza e conversando. O assunto principal e mais frequente apresentado era o relacionamento amoroso entre heterossexuais. A partir do que se assistia nesse programa, o salão de beleza seria um lugar onde as mulheres vão para cuidar da aparência mas também para trocar conselhos sobre suas vidas amorosas. Em geral, as manicuras e cabeleireiras mostravam-se como mulheres que ouvem e aconselham, como se compartilhassem do mesmo mundo social da cliente. As experiências de cada uma sobre relacionamentos amorosos com homens tornavam-nas interlocutoras iguais, como se diferenças de classe social, capital escolar, e consequentemente, de capital simbólico[5], fossem consideradas menores. Assim, o programa reforçava a ideia de que o salão de beleza é um tipo de arena de discussão do feminino, de afirmação de um tipo de feminilidade[6].

---

[3] Conforme informa BBC Brasil - Notícias - 'Avenida Brasil' Reflete 'Uma Classe C Que Quer Se Ver'", publicação em 19/10/2012.

[4] Segundo informação do *site* do canal GNT, em 12/01/2012. Reprises eram exibidas em outros horários durante a semana. Hoje o programa está fora do ar (segundo o *site*, em 04/06/2012).

[5] As nocões de "capital escolar" e "capital simbólico", derivadas de "capital social" são as propostas por Bourdieu para mostrar como as classes sociais existem não só no plano econômico mas também são afirmadas em luta num plano simbólico. O capital simbólico, comumente entendido como prestígio, é um conjunto de signos e práticas cotidianas que sinalizam o pertencimento a uma classe social. Sobre o capital simbólico como forma de distinção entre as classes sociais, ver Bourdieu (2013), onde se encontra a seguinte passagem: "Toda distribuição desigual de bens ou de serviços tende assim a ser percebida como sistema simbólico, ou seja, como sistema de marcas distintivas: distribuições como a dos automóveis, os lugares de residência, os esportes, os jogos de salão são, para a percepção comum, sistemas simbólicos em cujo interior cada prática (ou não prática) recebe um valor, e a soma dessas distribuições socialmente pertinentes desenha o sistema dos estilos de vida, sistema de separações diferenciais engendradas pelo gosto e por ele apreendidas como signos de bom ou mau gosto e ao mesmo tempo como títulos de nobreza capazes de gerar um lucro de distinção tão maior quanto maior for sua raridade distintiva, ou ainda como marca de infâmia" (p.111 – p.112).

[6] Segundo a explicação do próprio *site* do GNT, "Conversas de Salão" é uma "série documental sobre ser e se fazer mulher. Entre espelhos, jatos de água, esmalte, secadores e tinturas, o programa apresentará crônicas do universo feminino realizada a partir de encontros casuais entre personagens que frequentam salões de beleza. Cada episódio abordará um tema no qual todas as mulheres se reconhecem: o amor, a

Com isso, não é difícil compreender porque a manicura não é vista como uma representante feminina da classe trabalhadora. No entanto, dentre os oferecidos pelo salão de beleza, o serviço de manicure está entre os mais procurados.

É de se notar que nos artigos brasileiros não exista uma palavra que designe apenas a pessoa que realiza o serviço de manicure. Enquanto em inglês existe a palavra "manicurist", em francês "manucuriste" e em espanhol "manicurista", em português a palavra manicure é usada também para falar de quem faz este trabalho. Ainda que não tenha aparecido em nenhum artigo, a língua portuguesa possui os vocábulos "manicura" e "manicuro" para designar a pessoa que faz a manicure, segundo consta na lista de vocábulos da Academia Brasileira de Letras. Este pode ser um indicativo da pouca atenção dada ao trabalho de manicure no Brasil e da falta de reconhecimento da atividade como uma profissão. Afinal, como a profissão será reconhecida sem um nome próprio? Este incômodo é relatado por Mariazinha, a presidente do SINDEBELEZA, que me pediu para não usar a palavra manicure, mas sim "manicura".

Se o salão de beleza é de fato um ambiente de privilegiada sociabilidade feminina, no qual se trocam informações cotidianas valiosas sobre a vida urbana - como demonstrou a etnografia de Patricia Bouzón [7] - esse ambiente é criado fundamentalmente com trabalho. Há o visível trabalho de atender, servir, interagir com os clientes, as "atividades de fachada". E há as "atividades de bastidores" de organizar o cenário, os recursos para que a cena continue. O trabalho da manicure é uma interação pessoal, e por isso será analisado também nos termos da abordagem dramatúrgica de Erving Goffman (2005), tão útil para esmiuçar os detalhes de uma situação social. Porém, se trata de uma interação atravessada por uma relação de compra e venda, pautada, por sua vez, por relações sociais de classe, de sexo e de raça. São essas relações que dirigem a cena e que tentam manter a ordem: o controle de quem serve e

---

desgraça, a vida dos outros, desejo (ou falta dele), destino, expectativas, sucesso, segredos, vaidade, envelhecimento, família, sexualidade e traição".

[7] Bouzón, Patrícia Gino. 2010. "Construindo identidades: um estudo etnográfico sobre manipulação da aparência em salões de beleza na cidade do Rio de Janeiro". Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro.

de quem é servida, do ritmo do serviço, da garantia da continuidade daquela cena que não pode deixar de repetir-se.

Há convenções coletivas entre sindicatos de trabalhadores no setor de beleza que estabelecem um piso salarial para as manicuras[8]. Está em curso a profissionalização desse serviço, que se originou do autocuidado em geral realizado pelas mulheres nelas mesmas, em familiares, em amigas ou na patroa – caso de muitas empregadas domésticas que se tornaram manicuras. Mesmo com a transformação desse autocuidado em embelezamento artístico, e com o surgimento de novas possibilidades de cores e texturas que tornam o serviço de manicure cada vez mais sofisticado, é bastante presente no senso comum, e mesmo entre as próprias manicuras, a ideia de que manicurar não é profissão, isto é, não permite uma carreira profissional com ganhos financeiros vantajosos e reconhecimento social. Isso ficou claro quando, no final das entrevistas, perguntei às manicuras[9] se gostariam que suas filhas ou filhos trabalhassem como elas.

> *Não. Porque eu quero que elas estudem. Tenham a profissão delas. Como que eu vou te explicar? Eu quero que elas estudem, que elas tenham mais oportunidade, entendeu? Porque eu comecei a estudar tarde. Eu não tive pai e mãe para me proporcionar estudo. Eu tive que pagar minha faculdade. Tive que ir atrás. Sempre teve interesse. E eu procuro proporcionar isso para elas. estudar, tempo para estudar. E eu quero que elas tenham uma outra profissão. (manicura Priscila)*

Mas, ao mesmo tempo em que se vêem em baixa posição na hierarquia social das profissões, apontam que há uma mudança em curso na imagem da manicura, e não deixam de desejar a transformação desse *status*:

---

[8] Atualmente o valor do salário de manicuras em convenção coletiva está em 926,14 reais para o município de São Paulo, de acordo com a informação disponível no site do Sindibeleza, em http://sindebeleza.g3wsites.com/convencoes-2/ , acesso em 27/05/2014

[9] No segundo capítulo explicarei os procedimentos de pesquisa de campo. Dentre eles, houve entrevistas com manicuras.

> *Eu acho assim que as pessoas têm de mudar um pouco a visão em relação ao trabalho da manicura. Elas têm de mudar a visão. As pessoas gostam de tratar a manicure como um trabalho inferior. Na verdade não é. É um trabalho assim, digamos, menos remunerado do que o engenheiro, o médico, mas ele não é menos importante. Porque se eu vou até a cliente, é porque ela precisa do meu trabalho. Se a cliente vai até o médico, ela precisa. É uma via de duas mãos. Uma precisa da outra. Aquela hisória de que a manicura é fofoqueira, isso não existe mais. Mudou. Elas estão atualizadas. As manicuras de hoje que eu conheço, muitas sustentam suas casas. E têm salário muito maior do que uma pessoa que tem uma faculdade. Então eu acho que as pessoas, essas clientes, elas devem se atualizar em relação a essa profissão. Porque eu conheço uma manicura no Brasil, que eu me inspirei nela para trabalhar aqui. Porque eu sempre prestava atenção quando ela tirava cutícula. Achava interessante. Sempre gostei do trabalho dela. E ela conquistou tudo com esse trabalho. Ganhando muito mais do que eu que estava sentada numa mesa de secretária executiva. Ela comprou a casa dela. Ela comprou o carro dela. Ela sustentava a família dela. Ela pagou os estudos do filho dela. (manicura Priscila)*

Quais caminhos estão disponíveis às manicuras para conquistarem algum reconhecimento social da importância de seu trabalho? Algumas sustentaram uma fachada profissional durante as entrevistas, citando cursos e esforços contínuos de aperfeiçoamento, procurando ressaltar que manicurar é uma técnica, uma arte com conhecimentos específicos.

São abundantes os cursos para manicure, vendidos não somente por escolas privadas, mas também oferecidos por órgãos públicos de recolocação profissional. Não é difícil encontrar reportagens que divulguem a profissão como uma saída para o desemprego e a exclusão social. O crescimento do setor de beleza tem feito o serviço de manicure aparecer como uma atividade promissora e assim cresce o mercado da "venda" de cursos.

Desde que iniciamos esta pesquisa, em 2010, encontramos diversas escolas que oferecem cursos de manicure e pedicure. Em geral, duram de dois a três meses, com

carga horária a ser cumprida em um período do dia, duas ou três vezes por semana, ou aos sábados.

Os cursos são oferecidos como uma porta de acesso ao mercado de trabalho: uma qualificação rápida que vai dar chances de ingresso numa ocupação que não enfrenta desemprego. Essa é a propaganda feita pela maioria das escolas, o que de fato se confirma, já que nenhuma das manicuras abordadas jamais reclamou de desemprego ou falta de clientes. Os cursos, hoje, movimentam um grande negócio. Já existem franquias de escolas de técnicas de embelezamento pessoal, como é o caso do Instituto Embeleze. Segundo o seu próprio *site*,

> *Presente em 80% dos Estados brasileiros com mais de 250 franquias, já tendo formado mais de 290.000 profissionais para o mercado de trabalho e atualmente com mais de 90.000 alunos estudando, o Instituto Embelleze tem como objetivo chegar às 500 franquias em 2012 no Brasil.*

Há, portanto, um mercado de formação profissional, movimentado pelos serviços de beleza, tanto em cursos presenciais quanto em cursos à distância[10] e, segundo seus professores e proprietários destes, haveria a tendência para exigir diploma, mesmo daquelas manicuras que já exercem a profissão.

Mas, apesar do aumento dos cursos de formação de profissionais de estética pessoal, não há nenhuma obrigação legal de curso específico para prestar esse serviço. Na lei que regulamenta as profissões de cabeleireiro, esteticista, manicure e pedicure, entre outras do ramo de embelezamento (Lei 12.595 de 19 de janeiro de 2012), foram vetados pela Presidenta da República, Dilma Rouseff, os artigos 2º e 3º, que mencionavam a necessidade de o(a) profissional ter o Ensino Fundamental Completo e um curso profissionalizante, pois

> *"A Constituição, em seu art. 5o, inciso XIII, assegura o livre exercício de qualquer trabalho, ofício ou profissão,*

[10] Veja um exemplo em http://www.cpt.com.br/cursos-salaodebeleza/curso-capacitacao-de-manicure-e-pedicure?gclid=CO2T_-G4jq4CFQ5V7AodWxICeA (acessado em 08 de fevereiro de 2012).

> *cabendo a imposição de restrições apenas quando houver a possibilidade de ocorrer algum dano à sociedade." Essa, Senhor Presidente, a razão que me levou a vetar os dispositivos acima mencionados do projeto em causa, a qual ora submeto à elevada apreciação dos Senhores Membros do Congresso Nacional" .*

Na prática, significa que não há restrição alguma ao exercício dessas atividades, desde que sigam as normas sanitárias às quais estão submetidos todos os estabelecimentos de embelezamento pessoal. A Lei 12.592 de 2012 sequer prevê a possibilidade de futura regulamentação. Assim, um dos principais requisitos para que uma profissão se estabeleça, segundo Eliot Freidson, está ausente: o respaldo institucional que garante a exclusividade do uso de um conhecimento específico.

Sem garantir nenhuma diferenciação entre a manicura e a mulher que habilmente faz suas unhas em casa, a lei que promulga que manicure é profissão é vista como insuficiente pelas representantes sindicais entrevistadas, pois falta a exigência de qualificação específica. O principal argumento em torno da exigência do curso, apresentado pelo Sindimani e por algumas manicuras entrevistadas, relaciona a ocupação à saúde e não a estética. Sem a exigència de qualificação, a lei ignora os potenciais riscos à saúde da cliente e da trabalhadora que a manicura não qualificada poderia causar. Nesse sentido é que está delineado o curso, na modalidade Tecnologia, em Cosmetologia e Estética. Um artigo acadêmico, produzido por profissionais formadas nessa área, expressa bem, em seu resumo, a concepção profissional do serviço de manicure:

> *"Os cuidados com as unhas vão além de simples aspectos estéticos de beleza e higiene. Pequenas alterações em suas formas, textura e cor podem revelar o estado de saúde das pessoas. As unhas sofrem muito com o processo de desidratação, sendo seus principais agressores, fatores mecânicos e químicos. São suscetíveis a infecções fúngicas e bacterianas, além de ser alvo de ansiedade na compulsão de roê-las. Por isso é importante seguir as orientações dos profissionais da área." (Feuzer, Novotny e Watanabe, sem data, p.1)*

Os artigos examinados no capítulo 1 informam que há vinte anos, pesquisas já apontavam os possíveis danos à saúde das unhas das clientes. Ainda assim, também seria necessário considerar os danos à saúde da trabalhadora. Pode-se observar, assim, que o veto contradiz exigências da própria lei, pois é sabido que certos procedimentos de higienização, esterilização e desinfecção, além do uso dos instrumentos perfurocortantes e de substâncias químicas, dependem de conhecimento técnico para serem realizados.

No Rio de Janeiro, encontrei o único sindicato dedicado exclusivamente às manicuras, manicuros, pedicuras e pedicuros, o Sindimani. A presidente do sindicato, Fernanda Franco, ressalta que a manicura é pouco lembrada dentro do setor de beleza. Quando se fala de profissionais da beleza, lembra-se do cabeleireiro e da esteticista, e menos da manicura. No entanto, ela é a mais pobre, dentre todos os profissionais do setor. Assim, como ressaltado por Mariazinha, a presidente do Sindbeleza, em São Paulo, Fernanda também sublinha que “o perfil da manicura pelo Brasil ainda é o da mulher com baixíssimo grau de instrução, dependente economicamente do marido, com relações de subordinação na vida doméstica, às vezes com violência. Fortalecer a profissão de manicure é também oferecer autonomia a essas mulheres”.

Fernanda menciona a falta de responsabilidade social das empresas que fabricam produtos para a manicura: “São produtos perigosos, os quais elas não ensinam como utilizar. Exemplo maior é a Mundial, há anos fabricante de alicates no Brasil". Também reclama da falta de atenção ao público que compra seus produtos. “A empresa devia ao menos fazer sorteios de uma casa, de um carro, de vez em quando para as manicuras, que a sustentaram por tantos anos”. Mais do que condições de trabalho e formação, o que aparece na fala de Fernanda é também a demanda por um lugar social, mesmo que seja o de consumidoras de cosméticos. A empresa que vende seu principal produto às manicuras não as trata como clientes que é preciso conquistar e manter.

O Sindicato Nacional de Manicuras, Manicuros, Pedicuras e Pedicuros, que conta com um podólogo em sua diretoria, tem a proposta de criar um único curso técnico para podologia e manicure, uma vez que muitos dos saberes do podólogo são necessários também à manicura que trabalha os pés; por outro lado, podólogos

poderiam beneficiar-se das técnicas artisticas próprias de manicure. A proposta está ainda em formação pelo sindicato, que pretende apresentar a estrutura e as diretrizes do curso para formalização, no Ministério da Educação.

O objetivo desta tese é explicar como é o trabalho de manicure no Brasil e o porquê da forma social que assume. Para isso, proponho observá-lo com as lentes microssociológicas que enxergam a interação social, e, nesse âmbito, descrever a atividade de trabalho, as condições interacionais nas quais é realizado. Mas a compreensão do que é o trabalho de manicurar não se completa sem um olhar sobre as suas condições de contratação, o que influencia suas condições ambientais, materiais de execução. Estas últimas, por sua vez, são resultantes de uma lógica de exploração do trabalho assentada na consubstancialidade das relações sociais de dominação entre os sexos, as raças e as classes sociais. Assim, a explicação sobre o trabalho de manicurar se passa dividida – analiticamente apenas – em dois momentos e depois situada no amplo contexto da consubstancialidade das relações sociais.

Uma parte desta pesquisa foi realizada no Canadá, na província de Québec, pelo Programa de Doutorado Sanduiche no Exterior, da CAPES – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Ensino Superior. Lá, na Universidade de Québec, em Montréal (UQAM) , foi possível acessar a bibliografia norte-americana sobre o serviço de manicure e descobrir que há um nicho de negócios mais desenvolvido e profissionalizado que no Brasil. Não proponho aqui uma comparação internacional sobre como a atividade é exercida nos dois países (Brasil e Canadá). Embora eu tenha observado salões em Montréal e realizado entrevistas com manicuras que lá trabalhavam, não poderia ser minha intenção aprofundar a análise de como o trabalho é realizado no Québec. Contudo, a estadia naquele país impactou fortemente minha visão sobre o serviço no Brasil, que é mais abundante, mais acessível financeiramente e menos regulamentado. Para isso também foi fundamental entrevistar manicuras brasileiras trabalhando em Montréal, com clientes canadenses e brasileiras. Essa experiência influencia todo este texto.

O primeiro capítulo serve para apresentar o serviço de manicure e verificar como ele tem sido abordado na literatura acadêmica. A partir das questões presentes e

ausentes desta bibliografia, passo a delinear a pesquisa de campo e alguns pressupostos teóricos no capítulo dois.

Por meio dessa perspectiva dual que propõe dois momentos para a análise do trabalho (um sobre como o trabalho é realizado e utilizado e outro sobre como ele é comprado e vendido), apresento os capítulos três e quatro. O terceiro refere-se às condições do emprego de manicura encontradas na pesquisa de campo, destacando a influência do tipo de contrato de trabalho estabelecido na forma como o trabalho é executado. O quarto capítulo, núcleo da tese, é dedicado apresentar a interação face-a-face como um aspecto central da atividade de trabalho da manicura, como uma forma de narrar o seu trabalho. Isto é feito a partir do relato delas, pois ainda que esse trabalho seja executado aos olhos da cliente e de quem aguarda ser atendido (como observei tantas vezes), é a manicura quem nos pode contar os detalhes e as regras do seu serviço.

Por fim, o último capítulo faz considerações sobre o que as interações sociais do trabalho de manicurar e as suas condições de emprego dizem da sociedade em que vivemos. A partir das trajetórias ocupacionais das manicuras entrevistadas e dos seus relatos sobre o que as fazem permanecer na profissão, sugiro que a consubstancialidade das relações sociais de sexo, de classe e de raça, tal como conceitua Kergoat (2009), se manifesta nas condições de trabalho e de emprego vistas nos capítulos anteriores. Concluo que as cenas de trabalho narradas pelas manicuras demonstram como as relações de classe, de raça e de gênero estão consubstancializadas na interação de trabalho, e até mesmo nas histórias de vida, das manicuras.

1. OS SERVIÇOS DE BELEZA PESSOAL E AS UNHAS

No final do século passado, a indústria da beleza atingiu patamares altíssimos de lucro, cercando-se de tecnologia sofisticada e cara, e prometendo resultados incríveis contra o envelhecimento do corpo, o que também serve para distinguir quem pode acessá-la.Os serviços de beleza diversificam-se a cada dia, com a criação de novos produtos, que ensejam novas técnicas de aplicação, resultando em novos serviços. Nos últimos cinco anos o esmalte de unhas subiu de *status* no rol dos cosméticos, passando a participar de campanhas de moda de marcas de grandes grifes, como Channel e Yves Saint Laurent, para citar dois exemplos.

No Brasil, país que ocupa a terceira posição na produção mundial de cosméticos (ABIHPEC, 2014)[11], aumentou o número de indústrias que produzem esmaltes. O produto que antes ocupava uma pequena parte da prateleira de cosméticos, agora ganha seções inteiras em lojas de departamentos. Entre tantas notícias sobre o assunto, uma das mais recentes diz que:

> *o mercado de esmaltes no Brasil movimentou R$ 575,64 milhões em 2012, alta de 12,6% em relação a 2011, segundo levantamento da Nielsen. O número de unidades vendidas somou 220,5 milhões no ano passado, aponta o estudo. O Brasil é hoje o segundo maior mercado consumidor de esmalte do mundo e o produto se transformou em item de colecionadoras, febre de blogueiras e a nova coqueluche de marcas de celebridades (Jornal do Brasil, edição de 04/04/2014)*[12]

---

[11] Dados do relatório Panorama do Setor 2014, disponível em http://www.abihpec.org.br/wp-content/uploads/2014/01/Panorama-do-setor-PORT-10jan2014.pdf. Acesso em 15/04/2014.

[12] Jornal do Brasil. "Estética in Rio 2014 acontece de 3 a 5 de maio." 2014. http://www.jb.com.br/economia/noticias/2014/04/04/estetica-in-rio-2014-acontece-de-3-a-5-de-maio/ (acessado em 15/04/2014).

Com isso, o hábito de pintar as unhas cresceu grandemente. O preço de um vidrinho de esmalte no Brasil pode ir de 1,90 a 140[13] reais, pelo menos. Pintar as unhas é cada vez mais uma fuga da austeridade e uma demonstração de domínio sobre a própria aparência, ao desafiar antigos preconceitos relativos às unhas vermelhas (associadas à sensualidade vulgar) e às unhas pretas (associadas à rebeldia). Além disso, pintar as unhas é um "hobbie". Há 1,72 milhões de resultados no *Google* para *blogs* que contenham as palavras "unhas" e "esmaltes", como "Viciadas em Esmaltes", "Portal das Unhas", "Unhas & Glamour", e outros[14].

Segundo Madnani and Khan (2012), os primeiros usos do esmalte foram feitos na Antiga China e no Antigo Egito, em ambos os casos representando um sinal de realeza. No Egito, o esmalte era feito à base de cera, clara de ovo e flores, com henna usada para pigmentação. Unhas artificiais datam de 600 antes de Cristo, nas quais se usavam ouro, prata e pedras preciosas.

Em 1915, nos Estados Unidos, o esmalte para unhas começava a ser apresentado para as mulheres, fruto do avanço na técnica de produção de nitrocelulose, usada como base de tintas para automóveis, mas também para diversos produtos cosméticos. O esmalte de unha "Cutex" era oferecido como parte do visual da mulher moderna, tendo o seu consumo incentivado por propagandas que tentavam incutir a ideia de que esta

[13] Site Epocacosmeticos.com.br. "Manucure Couture Duo Yves Saint Laurent - Esmalte de Secagem Rápida na Época Cosméticos Perfumaria @ EpocaCosmeticos." Em http://www.epocacosmeticos.com.br/esmalte?PS=20&O=OrderByPriceDESC (acesso em 23/08/2014).

[14] Número aproximado segundo o site Google, consultado em 15 de agosto de 2013.

deveria ter a aparência maquiada, bem vestida, com unhas arrumadas “com Cutex”.

Kate Forde

Fig 5. 'Do you
how often eyes
fastened on you
Cutex advertise
from *The Ladies
Journal*, May 19

Figura 1: Anúcio em Forde=(2002, p.182), que a obteve em Lady´s Journal, de maio de 1920. “Você já percebeu como é frequente que os olhos sejam atraídos pelas suas unhas? Você quer ser julgada pela aparência delas?”

Em 1924, a mesma empresa começou a fabricar esmaltes com cores e tentou ensinar o público a usar o seu produto, “explicando como escolher um esmalte que

combine com a roupa, o humor ou a situação[15]" (Forde, 2002, p.185, tradução livre). Os anúncios mostravam o esmalte como um componente necessário para compor a aparência adequada às diversas ocasiões sociais em que as mulheres estavam cada vez mais presentes, como as reuniões de uma associação beneficente, as festas de família, as reuniões do colégio; ocasiões nas quais ela seria comparada com outras. Já na primeira década deste século, a propaganda de Cutex vendia o esmalte como um pequeno luxo possível a qualquer mulher, e por isso, indispensável:

> *"A Cutex cartoon advertisement from 1935, for instance, centers on the dilemma of a girl who cannot attend die country club dance as her husband cannot afford to buy her a new dress. Asking him for a few cents instead, she transforms her well wordress by wearing it with Cutex 'Ruby Nails'. The message is unambiguous — Cutex, like a visit to the cinema, is an affordable luxury, an inexcusable indulgence".[16] (Forde, 2002, p.183).*

Anos depois, em 1931, um químico chamado Charles Revson, nascido em Montréal, melhorou a formulação do esmalte tornando-o menos transparente, e decidiu fundar, com seu irmão, a Companhia Revlon[17]. Segundo Jones (2010), em 1931, o primeiro produto de sucesso da companhia foi o Revlon Nail Enamel, isto é, o esmalte Revlon para unhas.

Como se sabe, essa empresa cresceu e hoje a produção de cosméticos movimenta um grande mercado mundial[18]. Em publicações sobre o mercado norte-americano verifica-se a tendência de crescimento do comércio de esmaltes e de novos

---

[15] Texto original: "explaining how to choose a nail polish shade to suit clothing, mood or environment".

[16] Tradução livre: O pôster de anúncio da Cutex de 1935, por exemplo, gira em torno do dilema de uma moça que não pode comparecer ao clube de dança, pois seu marido não pode comprar-lhe um vestido novo. Pedindo-lhe alguns centavos, em vez de um vestido, ela transforma seu guarda-roupa por usá-lo com Cutex 'Ruby Nails'. A mensagem é clara - Cutex, assim como uma visita ao cinema, é um luxo acessível, uma indulgência incontornável.

[17] Segundo o artigo de Forde (2002), e também seguno Jones (2010), os irmãos Revson trocaram o s pelo l para nomear sua companhia.

[18] Uma dentre milhares de páginas na internet que noticiam o fabuloso mercado de venda de esmaltes no Brasil e no mundo: Jornal do Brasil. "Estética in Rio 2014 acontece de 3 a 5 de maio." 2014. http://www.jb.com.br/economia/noticias/2014/04/04/estetica-in-rio-2014-acontece-de-3-a-5-de-maio/, acesso em 10/04/2014.

produtos, como os equipamentos que permitem fazer as unhas de gel em casa, adesivos para unhas e coberturas líquidas de proteção para as unhas (Brookman, 2013). Grandes redes de mercado varejista criaram áreas específicas em suas lojas para produtos relacionados a unhas. O consumo destes produtos aumentou e um indício é a quantidade de imagens relacionadas a isso postadas por usuárias em redes sociais, que passam, então, a buscar novidades no mercado.

> *Beyond polishes, buyers are excited about the potential of nail stickers and at-home gel systems. 'The hot trends continue to be alternative ways to spice up your manicure with designs and patterns', said Grace Tallon, senior vice president marketing for Kiss Products, which offers artificial nails, nail dress (or decals and strips) and gel*[19](Brookman 2013)

Não só o número de produtos comercializados, mas também o número de profissionais nesse setor é crescente. De acordo com Yin and Pryor (2012) :

> *Nail care services has been a booming industry over the past 2 decades. According to industry estimates, the United States currently has more than 58 000 beauty salons and nearly 350 000 licensed nail technicians*[20].

Nessas bases de dados encontramos também documentos sobre o crescimento do comércio de produtos de beleza pessoal para utilização doméstica e também o surgimento de novos tipos de serviço, como a aplicação das unhas de gel, conforme já comentado. De acordo com a pesquisa da consultoria SymphonyIRI Group, (cf. Brookman, 2013), o mercado mundial de produtos para cuidado e embelezamento das

[19] Tradução livre Além de esmaltes, os compradores estão animados com o potencial de adesivos de unha e sistemas de unha de gel para uso caseiro. "As tendências quentes continuam a ser formas alternativas para apimentar a sua manicure com desenhos e padrões", disse Grace Tallon, vice-presidente de Kiss Products, que oferece unhas artificiais, capas de unha (ou decalques e tiras) e manicures de gel. "

[20] Tradução livre: "Serviços de cuidados de unhas tem sido uma explosiva indústria nas últimas duas décadas. De acordo com estimativas da industris, nos Estados Unidos há mais de 59 mil salões de beleza e aproximadamente 350 mil técnicos de unhas licenciados"

unhas cresceu 16% entre 2011 e 2012, tornando-se uma tendência mundial. Em relação ao total de produtos de beleza comercializados pelas principais empresas dos Estados Unidos, os produtos para unhas corresponderam a 4,3% dos ganhos. De acordo com a maior revista especializada em unhas, a Nail Magazine, existem 376 mil manicuras nos EUA.

No Brasil, a indústria da beleza pessoal está em franca expansão, tanto na criação de produtos cosméticos, de higiene pessoal, quanto na criação e expansão de serviços. Segundo o Anuário 2012 da ABIHPEC – Associação brasileira de Indústria de Higiene Pessoal em Perfumaria e Cosméticos, "Em 2011 o setor cresceu 4,6%, superior ao total geral do PIB (Produto Interno Bruto) brasileiro, que foi de 0,1%. O avanço ocorreu apesar da crise internacional e das barreiras ao setor, como a alta carga tributária e a complexidade deste sistema de tributos no Brasil." (ABIHPEC, 2012, p.48).

Dentro desse setor, um dos serviços que mais cresce é o de manicure. Já em 2010 o Anuário produzido pela mesma Associação apontava que os produtos para as unhas tinham particular sucesso no Brasil:

> *Em produtos voltados para as Unhas, o Brasil ocupa a segunda posição com movimentação de US$ 405 milhões, que representou um crescimento de 6,9% e participação de 10,1% no mercado global. O país fica atrás apenas dos Estados Unidos, que registram participação de 16,6% e movimentação de US$ 666 milhões. Em todo o mundo, os produtos para unhas movimentaram US$ 4,01 bilhões. (ABIHPEC, 2010, p. 163).*

Nas últimas edições da maior feira de venda de produtos cosméticos do Brasil, a *Hair Brasil*, os produtos para unhas se destacaram nas vendas, o que fez os seus organizadores criarem "um espaço exclusivo junto aos profissionais da área. Com crescimento gradativo nos últimos anos, a forte visitação de manicuras e podólogos

incentivou a criação do *Nail Brasil*. Em 2013, mais de 3.000 manicuras estiveram na *Hair Brasil*, representando 7% da visitação total da feira".[21]

É interessante ressaltar também que, apesar no grande número de empresas no setor de cosméticos, a produção e o faturamento estão concentrados em 20 grandes empresas, como informa novamente o relatório da ABIHPEC (2012): "O Brasil possui 2.289 empresas que atuam no mercado de HPPC. Desse total as 20 maiores, com faturamento líquido de impostos superior a R$ 100 milhões, representam73,0% do faturamento".

Esmaltes para unhas podem ser encontrados em farmácias, perfumarias, supermercados, pequenos armazéns de bairro, em que ocupam estantes cada vez maiores, ou em lojas especializadas em produtos para unhas – tipo mais recente de estabelecimento, além de serem comercializados pelo sistema de vendas diretas, como é o caso das revendedoras da empresa americana bastante conhecida no Brasil, *Avon*. Mas podem também ser um artigo de extremo luxo, como os que são produzidos pela joalheria *Azature*, em *Los Angeles*. Com diamantes negros, tais esmaltes custam 250 mil dólares[22].

A revista *Marie Claire* brasileira classificou 2011 como o ano dos esmaltes. De fato foi nesse ano que foram abertos os primeiros bares de unhas[23] no Brasil: salões de beleza eospecializados em unhas que oferecem um ambiente de divertimento, conforto e drinques. Em 21 de dezembro de 2011, a matéria mais lida num dos *websites* mais conhecidos sobre moda, o Fashionista, era sobre "manicures". A primeira frase da matéria confirmava: "É oficial. O universo está completamente obcecado por manicures

---

[21] Extraído de http://www.hairbrasil.com/index.php?http://www.hairbrasil.com/congresso/manicures2014/index.html, em 28/02/2014.

[22] Como informa a reportagem ("EGO - Luxo! Veja Os Esmaltes Mais Caros Do Mundo - Notícias de Beleza" 2014) acesso em 20/10/2012.

[23] Os bares de unhas são uma novidade do ano de 2011 no Brasil. São salões de beleza que oferecem serviços de bares, ao mesmo tempo em que oferecem serviços de salão. A cliente pode fazer suas unhas tomando champanhe com uma amiga, que não necessariamente está usando os serviços do salão.

e *nail art*". Além disso, programas televisivos de variedades e até o jornal diário mostraram matérias sobre novidades acerca do novo *status* do esmalte dentro do mundo da beleza.[24] Coisas até antes inimagináveis, como um desfile de dedos, aconteceram em 2011:

> *Aconteceu na quinta-feira (9) o último dia da Nails Fashion Week, evento que mostra os lançamentos em esmaltes para a próxima estação. Em sua primeira edição, o NFW contou com seis desfiles em formato de vídeo. São todos divertidíssimos, com dedinhos caminhando sobre minipassarelas. Dentre as tendências, o destaque ficou com a mescla de cores nas unhas... (Revista Marie Claire, por Fernanda Alegretti)*[25]

Em uma de suas matérias, a mesma revista tenta explicar de onde surgiu a moda dos esmaltes, que teria começado a partir do lançamento da coleção de esmaltes da Chanel. A explicação do diretor de marketing consultado oferece uma boa pista:

> *O diretor do programa de Gestão do Luxo da Faap (Fundação Armando Alvares Penteado), Silvio Passarelli, ressalta que os esmaltes de grife, que custam cerca de R$ 90, representam o meio mais acessível de se ter um item de luxo — e de uma marca que dita tendência. "É o que chamamos de produto de entrada", explica. "Esses produtos são mais baratos do que bolsas ou sapatos, por exemplo, mas também têm o valor da marca incorporado." Passarelli acredita que as consumidoras que adquirem esses esmaltes buscam qualidade, como maior durabilidade, e também status. Embora ninguém exiba uma etiqueta nas unhas, como acontece com as bolsas, o brilho e a cor diferenciados acabam atraindo a atenção.*

---

[24]Um exemplo sobre uma reportagem acerca do hábito de fazer unhas é a do Jornal Hoje "Manicures de nova York trabalham diferente das brasileiras": http://globotv.globo.com/rede-globo/jornal-hoje/v/manicures-de-nova-york-trabalham-diferente-das-brasileiras/1361623/ acesso em 28/04/2014.

[25] Do site http://revistamarieclaire.globo.com/Revista/Common/0,,EMI240328-17634,00-NA+PASSARELA+ESMALTES.html retirado em 20/12/2011.

De fato, o crescimento do uso de cosméticos combina também com o momento econômico brasileiro, de aumento do consumo, como já havia sido assinalado por Abílio, L (2011) sobre os cosméticos. Os esmaltes são uma maneira barata de embelezar-se, não somente pelo preço do vidrinho, mas porque o serviço também é barato, se comparado com o que é cobrado em outros países[26]. Além disso, é crescente a oferta de produtos para unhas a serem utilizados pela própria consumidora.

A reportagem da Revista Marie Claire informa ainda que a moda dos esmaltes é bastante lucrativa:

> *Os números do mercado de esmaltes também surpreendem. Um estudo do Instituto Nielsen aponta um crescimento de 33% na venda desse item no primeiro trimestre deste ano. Segundo dados da Colorama Maybelline, em comparação com o ano de 2008, o segmento cresceu 15,6% em volume e 29,6% em valor, em 2009. Esse mesmo ano contabilizou 4,7 milhões de consumidoras a mais. A expansão desse segmento, ao que tudo indica, não pára por aqui. Para a diretora de Marketing da Divisão Personal Care da Impala, Luciana Marsicano, ela se dará principalmente em decorrência do aumento da presença das mulheres no mercado de trabalho e do seu poder de compra. "Novos hábitos, como frequentes trocas de esmalte por parte das jovens, também aquecem as vendas", diz. Segundo dados da Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC), as marcas nacionais estão vendendo tanto que há déficit de mercadoria para exportação. Diz o presidente da ABIHPEC, João Carlos Basílio: "As empresas brasileiras estão expandindo sua linha de produção e o crescimento deve ser mantido ou até superado no próximo ano. (Fernanda Alegretti em Revista Marie Claire[27])*

[26] Embora o preço do serviço de manicure esteja em ascensão no Brasil, se convertido em dólar, ainda é menor em média do que nos salões visitados em Montréal, onde foi de 15 dólares, apenas para as mãos, o preço mais baixo encontrado, lembrando que o serviço em comparação envolve retirar as cutículas, cortar as unhas e passar esmalte, ou seja, uma "manicure regular". O menor preço encontrado para um m serviço que inclua massagem nas mãos, que é o mais consumido em Montréal, foi 25 dólares sendo que a maioria dos salões visitados em lista feita por sorteio cobraram 25 dólares. A média de preços encontrada em São Paulo, Brasil, entre 2010 e 2012, foi de 15 reais, passando para 18 reais ou 7,5 dólares, em 2013 (dólar a 2,30 reais em 26/08/2013).

[27] Idem, publicada em 12/11/2010, em *http://revistamarieclaire.globo.com/Revista/Common/0,,EMI185959-17634,00-ESMALTE+MANIA.html*)

Pergunta a ser feita é se essa promoção de *status* sofrida pelo esmalte atingiu a profissão de manicura(o), tornando-a mais reconhecida. Na próxima seção, veremos que o número de trabalhadoras no setor está em ascensão.

Dados sobre a mão de obra nos serviços de embelezamento pessoal no Brasil

Ruth Dweck, pesquisadora do IPEA, realizou estudo pioneiro no Brasil (1999; 2004) sobre o impacto socioeconômico da beleza pessoal. A autora mostrou que o consumo de produtos e serviços de beleza aumentaram com a crescente inserção da mulher no mercado de trabalho e consequente elevação da renda feminina, e com o aumento dos postos de trabalho no setor de serviços, que exigem manutenção de boa aparência pessoal. Nesse sentido, a autora cita as pesquisas de Harmermesh e Biddle (1994) que demonstram como os trabalhadores com aparência não embelezada recebem salários mais baixos. Como veremos, isto é confirmado pela literatura sobre trabalho estético, na qual Macdonald e Merril (2009) também constatam a crença dos empregadores de que a aparência do trabalhador pode aumentar as possibilidades de lucro nos serviços face-a-face. Assim, não somente as mulheres, mas todos aqueles que trabalham com interação face-a-face tendem a buscar o consumo dos produtos e serviços de beleza.

Dweck (2004) apontou o crescimento contínuo do setor de embelezamento e higiene, observado tanto no número de trabalhadores ocupados quanto no volume de lucros. Em 1985, eram 385 mil profissionais e, em 2001, a Pesquisa Nacional de Amostras por Domicílio (PNAD)[28] já apontava 911,5 mil. Analisando dados mais

[28] A PNAD trabalha com as ocupações listadas na CBO 2.0 (Classificação Brasileira de Ocupações, do Ministério do Trabalho e Emprego). Dentre os agrupamentos propostos pela classificação, o mais específico é o de quatro dígitos, chamado "família". No nosso caso, trabalharemos com os dados da Família 5161 "Trabalhadores nos serviços de embelezamento e higiene" que possuem as seguintes ocupações: "alisador de cabelos, penteadeira, penteador, confeccionador de perucas (cabeleireiro)

recentes da PNAD, observa-se que o crescimento do setor continuou, embora com uma leve retração entre 2007 e 2008 (1.415.035 em 2007, e 1.405.309 em 2008). Em 2011, a PNAD estimava 1.519.689 pessoas envolvidas nessa atividade, sinalizando um crescimento de praticamente 40% em dez anos.

Dados mais recentes (PNAD 2012) estimam que há 1.688.809 pessoas com ocupação principal no ramo de embelezamento pessoal. Neles também se verifica que o setor de embelezamento e higiene é não somente direcionado às mulheres, mas continua majoritariamente operado por elas, que eram estimadas em 81% dos ocupados, em 2002, e em 87%, em 2012. Não por acaso, é também um setor de condições de emprego socialmente inseguras. Enquanto a massa total de trabalhadores brasileiros com registro em carteira foi 67% nesse ano, os ocupados do setor com registro em carteira foram apenas 27%, e apenas 23% declarou pagar a Previdência Social. O dado "estranho", que envolve ser registrado em carteira e não contar com a previdência social, será explicado adiante, no capítulo 3.

Em relação apenas à ocupação das(os) manicuras(os), os dados da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS) do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE) correspondem à tendência de crescimento apontada pela PNAD para o setor todo, embora as pesquisas tenham formação de dados diferentes. Enquanto a PNAD é uma pesquisa amostral, na qual as pessoas declaram qual é sua ocupação pricipal, os dados da RAIS vêm do relatório anual que todas as empresas com mais de 5 funcionários devem enviar ao Ministério do Trabalho e Emprego. Assim, os números abaixo não contêm os trabalhadores por conta própria e muito menos aqueles que trabalham sem registro em carteira.

Assistente de: casa de banho, saunas, termas Auxiliar: de massagem, massagista; Barbeador, barbeiro, navalhador, fígaro (em barbearia); Cabeleireiro: de homens, de senhoras, unissex - incl. ajudante, auxiliar; Caleiro, calista, podólogo; Depilador (em tratamento de beleza); Dono, empresário, proprietário, sócio (em tratamento de beleza) - conta própria; Dono, empresário, proprietário, sócio de salão de cabeleireiro - conta própria; Especialista em tratamento de beleza, promotor esteticista; Esteticista: de pés, facial; Manicura, Manicure, manicuro, pedicura, pedicure, pedicuro; Maquiador, maquilador - incl. Auxiliar; Massagista - excl. fisioterapeuta". A ocupação manicure está contemplada no número 5161-20, contendo uma lista das atividades a ela relacionada, que está citada no ínício do capítulo sobre a interação pessoal da manicura. Estes dados são do unierso de microdados da PNAD entre 2007 e 2012; são do IBGE e foram elaborados por Marco Antonio Bussacos, do Serviço de Estatística da Fundacentro.

Quadro 1: Estoque de trabalhadores na ocupação CBO 57050 e 5161-20 Manicure

Ano	Capital São Paulo	SP	Brasil
2000	1.735	2.173	9.795
2001	1.698	2.137	10.452
2002	1.799	2.281	11.694
2003	1.999	2.615	13.081
2004	2.140	2.870	14.252
2005	2.267	3.069	15.117
2006	2.396	3.240	15.784
2007	2.576	3.633	17.136
2008	2.906	4.153	18.925
2009	3.172	4.541	20.496
2010	3.583	5.095	22.817
2011	3.724	5.399	24.661
2012	3.814	5.630	25.590

Fonte: RAIS 2000 – 2012, MTE.

Os números são tímidos em relação aos da PNAD, mas referem-se exclusivamente às (aos) manicuras (os), e não ao conjunto dos trabalhadores em serviços de beleza pessoal. O que é notável é o crescimento constante (com exceção de 2001) da ocupação.

Negócio para imigrantes

Durante a visita aos salões de beleza especializados em unhas em Montréal, chamou-me a atenção a predominância de salões com manicuras e proprietários

asiáticos, predominantemente vietnamitas. A consulta à bibliografia em inglês sobre o serviço de manicure confirma que essa é também uma tendência nos Estados Unidos e no Reino Unido.

Enquanto, no Brasil, o reconhecimento da profissão de manicure se deu em 2012, os artigos que dissertam em inglês sobre esse serviço consideram que, nos Estados Unidos, o serviço de manicure é uma ocupação “relativamente nova” por ter sido regulamentada “apenas” em 1980, e ter aparecido na lista das atividades econômicas somente a partir de 1990. Segundo Nyguyen (2010), no começo dos anos 2000, as pessoas empregadas no setor de embelezamento de unhas já somavam 1.6 milhão nos EUA. Com o aumento dos salões dedicados somente às unhas, diminuíram as vendas de produtos para o embelezamento doméstico das unhas, assim como aumentou de 1/4 para 1/3 o número de mulheres que frequentam esse tipo de salão.

Entre 2002 e 2009, as vietnamitas já eram 40% de todas as manicuras licenciadas nos Estados Unidos. Na Califórnia, estado que abriga grande população de imigrantes asiáticos, o número de manicuras de outras origens étnicas duplicou, enquanto o número de manicuras vietnamitas se multiplicou em dez vezes. Estariam as manicuras vietnamitas tomando postos de trabalho de outras? Por que entre as vietnamitas residentes nos Estados Unidos, 34% estão empregadas em salões de beleza de unhas? Estas perguntas recebem respostas de uma série de artigos que acabam por mostrar como o serviço de manicure é um nicho de negócio sólido, lucrativo e em expansão.

Federman, Harrington, and Krynski (2006) examinam a participação das manicuras vietnamitas no mercado de manicuras da Califórnia para oferecer mais um exemplo de como não se confirma a hipótese de que trabalhadores imigrantes estariam tomando as vagas de emprego destinadas anteriormente a trabalhadores nativos dos Estados Unidos. De fato, os autores constatam que houve perda de empregos de manicuras de origem californiana, num intervalo de dezesseis anos, mas indicam que ela não foi proporcional à entrada das manicuras vietnamitas no mercado. Para cada cinco manicuras vietnamitas empregadas, havia duas manicuras americanas, mas houve crescimento do número de postos de trabalho no setor. A partir do oferecimento de um

serviço mais simples, rápido e barato, as manicuras vietnamitas aumentaram a base de clientes e, com isso, o número de postos a serem ocupados por elas mesmas. Por outro lado, é preciso considerar que os dados dessa pesquisa referem-se apenas às manicuras licenciadas.

Existem meios que permitem a imigrantes ilegais trabalharem como manicuras, e um deles é a intermediação feita pelas associações coreanas de credito rotativo entre salões de beleza estudadas por (Oh 2007). Elas fucionam somente entre coreanos, com o objetivo de facilitar a prosperidade desses imigrantes. Como o nome diz, as associações servem para prover crédito a baixo custo para imigrantes começarem pequenos negócios, propiciando a construção e a manutenção de laços emocionais importantes entre os membros da comunidade coreana. Além disso, elas facilitam o encontro entre imigrantes recém-chegadas, precisando de um emprego, e proprietários coreanos de salões de beleza. Vantagens como a não exigência de proficiência linguística em inglês e a flexibilidade de horários atraem as coreanas para o serviço de manicure, que lhes permite continuarem cumprindo a jornada doméstica de trabalho. Por sua vez, os proprietários não precisam registrar os ganhos provindos desse trabalho, uma vez que muitas não têm documentos legalizados. Outro ponto é o ganho de gorjetas, dinheiro que lhes é entregue diretamente, sem necessidade da conta bancária. Por todos esses motivos, o salão de beleza tornou-se um nicho de trabalho para mulheres coreanas imigrantes. Assim como entre as manicuras brasileiras que entrevistei, o emprego de manicure não era em geral o primeiro, nem tampouco a carreira desejada. De acordo com dados colhidos por questionário, 52,2% das respondentes trabalharam anteriormente em outros tipos de serviço, como restaurantes e lavanderias.

Outro artigo que explica a concentração de imigrantes asiáticas nos serviços de manicure é o de Susan Bagwell sobre vietnamitas no Reino Unido. A autora constata que é difícil para os imigrantes entrarem em certos ramos de negócios, devido às exigências de qualificação e certificações. Na conjunção de fatores que facilitou a entrada dos vietnamitas no setor de beleza, encontra-se o contexto econômico do Reino Unido, que facilitava a abertura de novos negócios sem regulamentações. De acordo com *survey* executado pela própria autora na Grande Londres, em 2003, das 284 pequenas empresas abertas por vietnamitas, 108 são salões de beleza. Assim como,

Federman et.al. (2006), Bagwell (2008) sugere que os vietnamitas criaram um serviço mais rápido e barato de salão de beleza, oferecendo-o a preços mais baixos e criando uma base de clientes que antes não poderia consumir tais serviços. Isso fez com que se tornassem especialistas no ramo e pudessem transmitir essa qualificação aos outros imigrantes.

A partir da observação da existência de um mercado de salões de beleza específicos para unhas, já estruturado e em pleno vigor, Nguyen (2010) investiga como as mulheres vietnamitas conseguiram desenvolver um nicho de negócios dentro da indústria da beleza nos Estados Unidos. A noção de "nichos étnicos" é usada para explicar como uma população é excluída de outras oportunidades de negócios e é direcionada para determinadas profissões, as quais, em geral, possuem empregos de baixa remuneração ao mesmo tempo que exigem muitas horas de trabalho. As vietnamitas, no caso, foram alocadas no nicho de "*nail care*" (cuidado de unhas). Como consequência, desenvolveram competências profissionais para esse setor, tornando-se especialistas. As autoras concordam com Federman, Harrington *et alli*. (2006) com a afirmação de que as vietnamitas terem criado a própria demanda de mercado, ao oferecerem um novo tipo de serviço, mais rápido, simples e barato, chamado popularmente de "*Mc Nails*". No entando, não deixam de ressaltar que, na chegada das imigrantes vietnamitas houve iniciativas pessoais de algumas poucas manicuras, que se dedicaram a ensinar o ofício a essas imigrantes. Uma vez aprendido, as próprias imigrantes reproduziram o conhecimento e o aperfeiçoaram, com o uso de técnicas e até mesmo de maquinário especializado, reduzindo o tempo da prestação do serviço e tornando possível atender mais clientes por dia. O jeito vietnamita de fazer unhas incluiu inovações nos materiais e equipamentos utilizados. Para superar a própria restrição cultural em lidar com pés de outras pessoas, as vietnamitas criaram o "nono", uma cadeira própria para a cliente que a deixa em posição facilitada para a execução do trabalho.

Nos Estados Unidos, as regulamentações governamentais causaram impactos no mercado de trabalho à medida que exigiram cada vez mais exames em inglês e mais tempo de treinamento para conferir a licença para o trabalho. No entanto, na Califórnia o efeito final dos regulamentos foi o de aumentar a presença das vietnamitas na

profissão, com o surgimento de diversas escolas de manicure criadas por elas, com cursos em vietnamês. Assim, as vietnamitas incluiram em seus negócios escolas de formação profissional e fortaleceram-se na profissão com a obtenção de credenciais.

Outro ponto que explica a concentração de manicuras de uma única origem étnica é o fato de vietnamitas privilegiarem o trabalho entre elas mesmas, tendo restrições à contratação de empregadas de outras origens, como latinas. Há, assim, segundo Nguyen (2010), um "*savoir-faire*" não dividido com trabalhadoras de outras origens, tornando-as especialistas. A mesma autora observa ainda que os vietnamitas dominaram o negócio do serviço de manicure ao ponto de retornarem ao seu país e abrirem por lá franquias de salões. Nesse mesmo sentido, ocorreu ainda a transnacionalização das manicuras vietnamitas, que com o seu *know-how* consolidado podem trabalhar em qualquer lugar do mundo.

Os estudos sobre o salão de beleza

A bibliografia que fala do serviço de manicure concentra-se nos temas da imigração; crescimento dos negócios do setor de beleza; riscos à saúde das clientes e trabalhadoras, ligados aos produtos químicos utilizados; e riscos de infecção. Foram consultadas bases de dados em inglês, francês, português e espanhol,[29] buscando documentos que continham as palavras "manicure", "manucure", "manucura", "manucuro", "manicurista", "manicuriste", "nails", "ongles", "uñas", "unhas", em qualquer parte do artigo.

[29] As bases de dados consultadas foram as seguintes: ASSIA, Sociological Abstracts, Sage Journals, ProQuest Dissertations and Thesis, Proquest Social Sciences, IBSS, Repére, Cairn, Web of Science, Emerald, Business Source Complete, Abi/Inform Complete e Open Edition Freemium. Foram encontrados 569 artigos para o descritor "manicure". Em bases de dados multidisciplinares, que consistem nas mesmas citadas acima, adicionadas de "Science direct, Projet Muse, Oxford Journals, HighWire Press, Directory of Open Journals Access, Erudit" foram encontrados 2988 artigos para a palavra "manicure". Outras palavras tornaram-se relevantes para a pesquisa, como esteticistas, *estheticiéns*, e "*cosmetologysts*", pois o serviço de manicure está incluído nas atribuições dessas profissões.

Com efeito, há uma literatura acadêmica que estuda o salão de beleza e, em sua maioria, aborda o trabalho do(a) cabeleireiro(a), de esteticistas, de "*beauticians*" e "*esteticistas integrales*". [30] Entre os poucos estudos brasileiros, aqueles que se dedicaram ao trabalho de manicure ficaram reservados mais à área da saúde[31] e gestão. Nas ciências sociais um único artigo, da socióloga colombiana Arango Gaviria, versou sobre a manicura no Brasil (Arango, 2013a), e deverá ser comentado junto aos resultados da presente pesquisa. A literatura estadunidense é a que mais tem estudos sobre os serviços de beleza pessoal, muitos deles motivados pela crítica feminista de Naomi Wolf sobre a busca da beleza pessoal como forma de disciplinar o comportamento e o corpo femininos (Wolf, 1992).

Para Wolf, as conquistas políticas e econômicas femininas não as deixaram as mulheres livres da "ideologia da beleza" e da associação obrigatória entre feminilidade e boa aparência. Assim, se as mulheres passaram a ter mais recursos para comprar produtos e serviços de beleza, são impelidas a utilizá-los para não serem vistas como "menos mulheres", "menos mães", "menos esposas". Naomi Wolf chama de "ideologia da beleza" essa obrigação de estar bela, argumentando que o apelo ao embelezamento pessoal é uma punição às mulheres que conquistaram poder na arena política e econômica. Elas passaram a ser reféns da busca incessante pela beleza, obrigação moral imposta pela sociedade como penalidade pelas liberdades civis, direitos sociais e avanços materiais conquistados pelo movimento feminista, nas últimas décadas.

Motivada por essa discussão, surge uma literatura que, em meio a diversos temas – o trabalho do cabeleireiro, o trabalho emocional[32], o trabalho corporal, o trabalho

---

[30] "*Beautician*" é o termo em inglês que designa um profissional encarregado de todos os serviços de embelezamento pessoal, incluindo o corte de cabelo. O "esteticista integral" também executa todos os tipos de serviços de embelezamento corporal, e é o profissional que aparece nos estudos de Arango *et al*. quando escrevem sobre salões colombianos. No Brasil, as profissões de cabeleireiros, manicures e esteticistas são separadas, embora existam profissionais que realizem todos esses serviços em seus salões ou em domicílio.

[31] Serão comentados em capítulo específico sobre a saúde ocupacional das manicuras.

[32] O conceito de trabalho emocional, referência constante nos textos sobre o trabalho em serviços de beleza, será explicado adiante.

estético, a busca por reconhecimento profissional - propõe a questão de fundo sobre se as mulheres são agentes ou vítimas de uma ideologia da beleza (Gimlin, 2002; Willet 2000 e 2005; Furman 1997; Paulson, 2008; Black, 2004; Peiss, 2011, cf. Felski, 2006, para citar alguns).

Entre eles, é referência central o livro de Julie Willet (2000), sobre o surgimento dos salões de beleza. Nele, a autora mostra que o início do século XX assistiu ao surgimento de pequenos salões de beleza montados por mulheres brancas ou por mulheres negras, oferecendo serviços a preços módicos. Em 1920, à medida que esse tipo de negócio proliferava, a Associação Nacional de Cabeleireiros e Cosmetologistas mobilizou-se para que fossem criadas licenças de trabalho para o setor, exigindo formação específica em escolas de beleza e desestimulando os pequenos negócios caseiros. Com isso, fortaleciam o modelo do grande salão com muitos profissionais, que tinham de agir com os clientes de modo subserviente. Embora de fato essas iniciativas tenham oferecido dificuldades aos pequenos salões, eles não deixaram de existir, uma vez que eram a melhor opção para as mulheres trabalhadoras que queriam ter acesso aos serviços de beleza. Nos salões "domésticos", mulheres podiam comandar seus pequenos negócios com autonomia, criando um ambiente de intimidade com suas clientes. Isso ocorreu tanto entre mulheres brancas como também em comunidades de mulheres negras. Para estas, os salões de beleza representavam uma possibilidade de independência financeira, e muitos se tornavam braços de ação política por direitos civis. Já as mulheres brancas tinham o desafio de enfrentar a natureza informal e irregular do trabalho, concorrendo com os grandes salões unissex ou tendo de trabalhar neles. Nesse sentido, a autora relata que cabeleireiras empregadas em salões unissex resistiam à sindicalização, preferindo usar o poder de ter uma clientela fiel para negociar melhores condições de trabalho e salário. Desse modo, em seu estudo sobre os salões, Willet acaba por contar também a história da formação de um protagonismo feminino, mostrando os salões como espaços de autonomia.

Scanlon (2007) analisa o imaginário sobre o salão de beleza apresentado no cinema. Nos filmes escolhidos que têm o salão como cenário principal, eles são vistos como um espaço seguro, onde as mulheres podem usar a beleza para se unirem. A autora analisou *Desperately Seeking Susan* (Procura-se Susan desesperadamente), *Steel*

Magnolias (Flores de Aço), *How Stella Got Her Groove Back* (“A Nova Paixão de Stella”) e *Beauty Shop* (“Um Salão do Barulho”). Para a autora, os filmes não deixam de mostrar o salão como lugar de disciplinar a imagem feminina, mas também o mostram como um lugar onde as mulheres exibem um saber único, que lhes é próprio. O salão torna-se, assim, um refúgio, um espaço de criação de uma solidariedade feminina, que rompe com diferenças de raça e de classe. Por outro lado, a autora reconhece nos filmes a sua função de sonho e de fuga da realidade. Na vida real, os salões podem ser tomados como uma arena feminina, na qual as mulheres descansam dos julgamentos masculinos, mas também servem para reforçar um padrão de beleza excludente da raça negra (não no caso dos salões afro) e de demarcação de classe social.

Na linha dos estudos que visam debater o trabalho sobre a beleza feminina como parte da obrigação moral imposta por uma sociedade patriarcal ou como afirmação do poder das mulheres sobre o proprio corpo, Gimlin (2002) analisa tanto o trabalho de embelezar realizado por profissionais quanto aquele realizado pela própria mulher nela mesma. Para isso, realiza observação participante em quatro cenários de trabalho no corpo feminino, procurando abarcar quatro tipos de intervenção: o salão de beleza e o trabalho sobre a aparência; a academia de ginástica e a modificação do próprio corpo; o consultório de cirurgia plástica, e a modificação invasiva do corpo; e uma associação não-governamental para pessoas obesas com um trabalho de aceitação do corpo.

No salão, observando o trabalho dos cabeleireiros e suas interações com os clientes, Gimlin conclui que a “ideologia da beleza” identificada por Naomi Wolf impregna o discurso dos profissionais, que a utilizam para justificar o caráter profissional, e portanto mais adequado, de suas sugestões. Eles seriam os portadores dos conhecimentos sobre a única maneira certa de cuidar da aparência, que está de acordo com a moda, instância máxima de conhecimento do que é beleza pessoal. No entanto, mesmo com o apelo à moda como campo de saber, Gimlin observou que a decisão da cliente sobre a aparência adotada é mais fiel aos símbolos ligados à sua classe de renda e ao seu *status* social do que ao saber estético do profissional.

Ou seja, o poder da indústria da beleza e seus imperativos morais e estéticos não são tão grandes a ponto de obter a completa submissão daquelas que utilizam os seus

produtos. Na verdade, a maneira como as mulheres lidam com seus corpos revela que elas negociam os parâmetros da ideologia da beleza com as possibilidades por eles oferecidas e também as da classe social em que se inserem.

Gimlin concentrou-se, no entanto, na relação das clientes com cabeleireiros (as), e não menciona a manicura em nenhum momento de seu estudo. Nos Estados Unidos, um cabeleireiro precisa ter 1200 horas de estudo para obter sua licença e, ainda assim, a sua formação é menor do que a de muitas de suas clientes, o que faz com que ele tente reduzir as diferenças de *status* social, por meio da exibição de um saber específico sobre beleza. Entretanto, as clientes observadas por Gimlin tinham o seu próprio julgamento estético, que prevalecia sobre os outros, baseado em convenções sobre aparência referidas às suas próprias situações de classe e *status*. Com isso, Gimlin conclui que o trabalho no corpo é também um trabalho no *self*, de construção de identidade.

Furman (1997) explora o significado do corpo envelhecido para as mulheres, tendo escolhido o salão de beleza para observar como ocorre essa construção social entre mulheres judias. Verificou que a manutenção da identidade feminina está ligada também à manutenção do corpo como instrumento de apresentação de si. Daí a importância do salão de beleza para essas mulheres. Contraditoriamente, elas poderiam ser classificadas como fúteis, por realizarem constantemente a "manutenção" de sua imagem pessoal. A autora oferece em seu livro etnografia desenvolvida em um salão de beleza, além de situar os cuidados estéticos das mulheres na história da construção social da feminilidade da mulher americana, desde o momento da ascensão do consumo de massa, estimulado pelo padrão estético das estrelas de cinema e pela ascensão da mulher no mercado de trabalho, dando-lhe recursos para consumir os serviços e produtos do salão. Tudo isso se torna um desafio ainda maior para as mulheres idosas, que lutam contra um corpo cada vez mais em desacordo com tais padrões.

O estudo de Paulson (2008) mostra que a preocupação das senhoras judias não é sem razão. Tendo realizado uma etnografia, em centros de estética que atendem mulheres idosas, observou os efeitos psicológicos do tratamento estético em sua autoestima. Ao mesmo tempo em que ressalta o centro estético como um lugar de disciplinar o corpo em torno de uma aparência socialmente aceita, a autora realça que,

para as clientes, fazer as unhas é muito mais do que ter as unhas pintadas – trata-se de uma experiência de relaxamento ou, até mesmo, de intimidade e de auto-aceitação.

Cochennec (2004), analisando o ofício de esteticista na França, apresenta o espaço da estética como um lugar de suspensão da vida social para a cliente, a fuga do mundo cotidiano. Nesse sentido, o autor apresenta-nos o salão como um contexto apropriado para confidências de clientes. A intimidade e a confiança já estariam preestabelecidas pela exposição do corpo e pela resposta acolhedora da(o) profissional. A interação que compõe esse serviço deve também oferecer uma experiência perfeita, sem conflitos, desarmonias, medos ou ameaças. Suas observações acerca do ambiente do salão vão ao encontro das nossas, sobre os salões de beleza visitados em Montréal, sobretudo aqueles que se intitulavam "*nail spa*". Mais do que de embelezamento, eram lugares para viver uma experiência de relaxamento e de auto-indulgência.

Para explicar as principais questões debatidas pela literatura sobre o embelezamento pessoal, é preciso fazer antes um recorrido sobre os conceitos que aparecem atrelados à literatura sobre o trabalho em salões de beleza, como o de trabalho emocional e de trabalho corporal. Inicio[33] esse percurso teórico com o conceito de trabalho emocional, desenvolvido por Arlie Hochschild[34].

Emoções, corpo e imagem pessoal no trabalho

[33] Na análise empreendida sobre o trabalho da manicura em Sâo Paulo e em Montréal volto à base desta discussão: a interação de serviço e os tipos de trabalho que ela exige, como o trabalho estético, sexual, corporal e emocional. Os útimos são conceituações derivadas da necessidade de esquadrinhar melhor os tipos de esforço e de *performance* exigidos dos trabalhadores nos serviços com interação face-a-face. Neste momento do texto, trata-se apenas de conhecer os conceitos que nos permitem compreender as contribuições já existentes para a análise do trabalho no salão de beleza.

[34] O trabalho no corpo, o toque corporal e o aspecto corporal da interação social são temas centrais para explicar o trabalho da manicure segundo as próprias trabalhadoras entrevistadas. Embora Kang (2003, 2010) tenha proposto o conceito de "*body labor*" para analisar o trabalho da manicure, ele ainda é uma consequência do conceito de "*emotional labor*". Daí a necessidade da digressão sobre a teorização de Hochschild.

A análise do trabalho de atendimento ao cliente nos diversos serviços pessoais exigiu também a criação de outros conceitos para explicar o que se utiliza da força de trabalho. Diferente do trabalho industrial taylorista, no qual a dimensão corporal do trabalhador é apreendida, sobretudo, em termos de força física e destreza, no serviço pessoal, o corpo é utilizado em sua dimensão sexual, estética, emocional, com referência aos significados sociais que são atribuídos a essas dimensões. Para dar conta de como, nas interações de serviço, elementos da pessoa do trabalhador são selecionados e utilizados como trabalho, é feito um conjunto de proposições conceituais na literatura sociológica. A "representação de si" torna-se parte da força de trabalho e os conceitos que serão apresentados a seguir tentam apontar e mapear como isso ocorre.

O trabalho emocional

O início dos estudos sobre o tema deu-se com Arlie Hochschild, em 1983, com a publicação de *The Managed Heart: Comercialization of Human Feeling*. Analisando a atuação das aeromoças e dos cobradores de contas, ela desenvolve nesse livro a ideia de que os indivíduos podem gerenciar o modo como demonstram e como sentem suas emoções, de acordo com demandas sociais que possam aparecer durante uma interação. Com efeito, essa questão já havia sido localizada por Goffman em sua "abordagem dramatúrgica" das interações sociais,[35] mas foi preterida por outros interesses teóricos.

Arlie Hochschild, ao analisar o trabalho das aeromoças, utilizou o quadro teórico de Goffman sobre a interação, mas focou a análise nas *performances emocionais* dos indivíduos. Para essa autora, o que Goffman chamou de *desempenho* (ou *performance*), deve ser chamado de "trabalho", pois é necessário destacar que se trata de uma atitude consciente e racional sobre o próprio *self*. É trabalho o esforço despendido

[35] As interações sociais e seu domínio de análise serão explicadas no capítulo a seguir.

conscientemente e com vistas a um resultado,[36] com adequação das aparências e das atitudes para sustentar as demandas sociais de uma interação. Sua análise será centrada nesse tipo de "trabalho" realizado pelo ator:

> *Le problème est que l'acteur, tel qu'il est défini par Goffman, ne semble pas ressentir beaucoup, n'est pas sensible à, ne surveille pas de près ou n'évalue pas, ne provoque pas, n'inhibe pas, ne façonne pas de façon active - en un mot, ne travaille pas sur les sentiments de la manière dont un acteur aurait à le faire pour accomplir ce que Goffman affirme, en fait, s'accomplir rencontre après rencontre. Au bout du compte, nous nous retrouvons devant "le travail de répression des émotions" comme résultat final, mais nous ne savons rien du processus ou des techniques par lesquels ce travail est effectuée*[37]*. (Hochschild, 2002, p.28).*

Embora Hochschild aponte a necessidade de uma explicação sobre **como** os atores trabalham suas emoções para que estas não atrapalhem – ou para que reforcem – a fachada[38] sustentada numa interação, este não é um tema ausente da teoria de Goffman sobre o ator. Com efeito, Goffman destaca a necessidade de adequação de sentimentos e de aparências emocionais ao estudar os indivíduos acusados de não conseguir fazê-los[39]. Mas, a despeito dessa crítica - desnecessária para a construção de sua teoria -, Hochschild abre uma linha de estudos ao ressaltar o lugar dos sentimentos na análise sociológica, mostrando que não se trata de concepções puramente

---

[36] Não há, em *The Managed Heart*, um momento de elaboração ou exposição do que a autora entende por "trabalho", embora ela o utilize como categoria quando fala da tentativa de manipular os sentimentos.

[37] Tradução livre: "O problema é que o ator, tal como definido por Goffman, não parece ressentir-se muito, não é sensível a, não acompanha de perto ou não examina, não se inibe, não age de maneira ativa – numa palavra, não trabalha sobre os sentimentos de maneira que um ator faria para cumprir o que Goffman afirma, de fato, encontro após encontro. No fim das contas, nós nos encontramos ante um trabalho de repressão das emoções como resultado final, mas não sabemos nada do processo ou das técnicas pelas quais esse trabalho se efetua".

[38] A fachada é o valor social positivo que o ator imprime ao *self* no momento de sua representação. Pode variar com a situação, mas seja qual for o tom, sempre haverá um trabalho de manutenção da fachada em qualquer interação (Goffman, 1967, p. 10).

[39] Em *Asylums*, e em textos sobre a figura do desviante, que aparece também em *Estigma*.

individuais, mas têm uma dimensão social, isto é, estão submetidos a regras sociais, denominadas pela autora de “regras de sentimento” (*feeling rules*).

As regras de sentimento são perceptíveis quando comparamos o que sentimos com o que deveríamos estar sentindo. As interações pessoais, como já assinalava Goffman, comportam a demonstração de certos sentimentos, mas não de outros. Não se imagina uma pessoa dando gargalhadas num velório, assim como não se espera que uma noiva esteja triste no dia do próprio casamento. Nas palavras da autora:

> *Par « règles de sentiment », je fais référence aux lignes directrices qui régissent l'évaluation de l'adéquation ou de la non-adéquation entre le sentiment et la situation. Par exemple, selon une règle de sentiment, on peut, de façon légitime, être en colère contre son patron ou l'entreprise, selon une autre, on ne le peut pas. Les règles d'encadrement et de sentiment découlent mutuellement l'une de l'autre. Elles se tiennent à cotê. (Hochschild, 2002, p.39)*[40].

Com as noções de “regras de sentimento” e de “trabalho emocional”, veremos que Hochschild quer ressaltar a noção de um *self* que efetiva e conscientemente age sobre os seus sentimentos: tão humano quanto sentir é a própria capacidade de tentar sentir. Para a autora, todo indivíduo precisa gerir suas próprias emoções para conviver em sociedade. A autora chama de “*emotion work”* “o gerenciamento do sentimento para criar uma aparência facial e corporal, observável publicamente” (Hochschild, 2003 [1983]).

Esse gerenciamento emocional pode ser feito basicamente de duas maneiras: ou tentando adequar apenas a aparência emocional, ou tentanto mudar, internamente, o que está sendo sentido. O primeiro tipo de manipulação sobre a demonstração do que se sente foi chamado pela autora de “*surface acting*”, que podemos traduzir como “atuação

---

[40] Tradução livre: Por regras de sentimento eu me refiro às diretrizes que regem a avaliação da adequação ou da não adequação entre o sentimento e a situação. Por exemplo, segundo uma regra de sentimento alguém pode, de maneira legítima, estar em cólera contra seu patrão ou a empresa, segundo outra não se pode. As regras de enquadramento e de sentimento decorrem mutuamente uma da outra. Elas se mantêm lado a lado.

de superfície". Consiste na tentativa de demonstrar uma aparência sentimental adequada às exigências da situação apresentada. O segundo tipo incide sobre o próprio caráter do sentimento, isto é, o indivíduo tenta mudar o que está sentindo para que a aparência resultante seja adequada à situação e coerente com o sentimento "sentido". Esse segundo tipo de atuação sobre a própria emoção foi chamado pela autora de "*deep acting*", que traduzimos como "atuação profunda".

Para Hochschild, ambos os tipos de atuação, que a autora identifica como "trabalho emocional", são intervenções sobre os sentimentos. Até a atuação de superfície, que visa somente produzir uma aparência de sentimento adequada à situação, se realizada frequentemente, pode influenciar a própria maneira de sentir.

A grande contribuição da autora para os estudos do trabalho é destacar a distinção entre o uso dessa capacidade na vida cotidiana e o seu uso como trabalho remunerado, criando duas denominações de trabalho emocional. O trabalho que um indivíduo realiza sobre os seus próprios sentimentos pode ser feito também para fins alheios aos seus objetivos. Por isso a autora criou o conceito de "*emotional labor*". O *emotional labor* (que chamaremos simplesmente de "trabalho emocional") tem os mesmos tipos de funcionamento do *emotion work*, mas é trabalho realizado por um pagamento e tem valor de troca. Nas palavras da autora:

> *I use the term emotional labor to mean the management of feeling to create a publicly observable face and bodily display; emotional labor is sold for a wage and therefore has exchange value. I use the synonymous terms emotion work or emotion use value to refer to these same acts done in a private context where they have use value. (Hochschild 2003, p.7).*[41]

[41] Tradução livre: "Eu uso o termo trabalho emocional (emotional labor) para designar o gerenciamento de um sentimento para criar uma aparência e uma forma de exposição corporal para ser observada publicamente; trabalho emocional é vendido por um salário e portanto tem valor de troca. Eu uso os termos sinônimos trabalho emocional [*emotion work*] e valor de uso emocional [*emotion use value*] para referir-me aos mesmos atos feitos num contexto privado onde eles têm valor de uso".

O trabalho emocional (*emotional labor*), assim como o trabalho emocional privado (*emotion work*), é feito por meio de demonstrações de estados de espírito, pelo uso de expressões faciais, palavras, sorrisos, e gestos. Segundo a autora, existem "diversas técnicas", das quais ela destaca três tipos: cognitivo (tentar mudar as imagens ideias e pensamentos acerca de um sentimento); corporal (tentar mudar os sintomas físicos de uma emoção, como por exemplo, tentar respirar lentamente, tentar não tremer); e "expressivo": tentar mudar a maneira de expressar um sentimento, para mudá-lo em seu interior (por exemplo, tentar sorrir ou chorar) (Hochschild, 2002, p.35). Podemos tomar como exemplo de atuação de superfície no trabalho, a atitude relatada por uma manicura que tinha de mostrar-se impassível, quando tirava os sapatos de uma cliente, ao sentir o mau odor que exalava.

A noção de trabalho emocional tem sido útilizada em diversos estudos, em variados ramos de atividade, para destacar uma dimensão importante da força de trabalho que é explorada num trabalho de interação pessoal, como expõe Hochschild quando compara um serviço com a produção numa linha de montagem:

> *The work done by the boy in the wallpaper factory called for a coordination of mind and arm, mind and finger, and mind and shoulder. We refer to it simply as physical labor. The flight attendant does physical labor when she pushes heavy meal carts through the aisles and she does mental work when she prepares for and actually organizes emergency landings and evacuations. But in the course of doing this physical and mental labor, she is doing something more, something I define as emotional labor. This labor requires one to induce or suppress feelings in order to sustain the outward countenance that produces the proper state of mind in others – in this case, the sense of being cared for in a convivial and safe place. This kind of labor calls for a coordination of mind and feeling, and it sometimes draws on a source of self that we honor as deep and integral to our individuality. (Hochschild, 2003, p.7).*[42]

[42] Tradução livre: "O trabalho feito pelo menino na fábrica de papel pedia a coordenação entre mente e braço, mente e dedo, mente e ombro. Nós nos referimos a isso simplesmente como trabalho físico. A aeromoça de fato faz trabalho físico, quando empurra carrinhos de refeições e esvazia cinzeiros, e faz trabalho mental, quando prepara e na verdade organiza saídas de emergências e evacuações. Mas, no curso desse trabalho físico e mental, ela faz algo mais, algo que eu defino como trabalho emocional. Esse

Além disso, tomar a capacidade de tentar controlar as próprias emoções como trabalho permite ampliar os questionamentos sobre a intensificação do trabalho e o desgaste do trabalhador:

> *Quando as regras sobre como sentir e como expressar sentimentos são colocadas sob controle, quando os trabalhadores têm menos direito à cortesia que os clientes, quando tanto os atos profundos quanto os superficiais são formas de trabalho remunerado e quando as capacidades pessoais de empatia e calor são colocadas para uso corporativo, o que acontece com a pessoa com relação aos seus sentimentos e à sua expressão? (Hochschild, 2003, p. 89 apud De Moraes, 2002, p.212.)*

Nos serviços, o trabalho emocional pode ter um papel central para possibilitar tanto a própria execução do serviço como a realização do seu valor de troca, aspecto ressaltado por Macdonald e Siriani (1996) e pela própria Hochschild (2003):

> *When production efficiency and quality are maximized, the critical variable in the struggle for economic dominance is the quality of interactions with customers (Macdonald e Siriani, 1996, p.3)*[43]
>
> *My point is that when emotional labor is put into the public marketplace, it behaves like a commodity: the demand for it waxes and wanes depending upon the competition within the industry (Hochschild, 2003, p.14).*[44]

---

trabalho requer induzir ou suprimir sentimentos, de modo a sustentar uma aparência adequada que produza o estado de espírito apropriado nos outros – nesse caso, o senso de estar sendo cuidado em um espaço de convivência segura. Esse tipo de trabalho pede a coordenação entre mente e sentimentos, e às vezes se apoia numa fonte de "*self*" que tomamos como profunda e integral de nossa individualidade".

[43] Tradução livre: "Quando eficiência e qualidade produtiva são maximizadas, a variável crítica na luta pela dominância econômica é a qualidade das interações com os clientes".

[44] Tradução livre: "Meu argumento é que quando o trabalho emocional é colocado no mercado, ele se comporta como uma mercadoria (*commodity*): ganha ou perde força dependendo da competição entre as indústrias."

Segundo Steinberg e Figart (1999), o trabalho emocional está presente em diversas profissões e ofícios; e não somente no trabalho em serviços. Pode ser executado para tentar produzir tanto sensações agradáveis como não, como pode também ser feito para suprimir a expressão das emoções. Um exemplo desse último caso é o trabalho emocional realizado por psicoterapeutas e juízes (Grandey, 2000, p.95). Já policiais e cobradores de contas tentam gerar sensações de medo em seus suspeitos e devedores (Grandey, 2000, p.95 e Steinberg e Figart, 1999). Como estudou Hochschild, as aeromoças, mantendo o sorriso constante e o olhar amigável, tentam passar ao cliente as sensações de conforto e segurança.

Além de Arlie Hochschild, outros autores desenvolveram definições de *emotional labor* (Cf. Grandey, 2000). Há ao menos duas revisões de literatura sobre o tema (Wharton, 2009 e Casaca, 2012). No número especial sobre o trabalho emocional publicado pela revista americana de sociologia, Steinberg e Figart (1999) analisam o desenvolvimento e o uso do conceito desde a formulação de Hochschild. Segundo as autoras, outra definição de trabalho emocional foi feita por Paula England e George Farks (1986), significando o esforço em compreender a perspectiva do outro e compartilhar do seu sentimento. Nesse mesmo sentido, citam a definição de Nicky James (1989): “the labor involved in dealing with other people's feelings, a core component of which is the regulation of emotions" (James, 1989 *apud* Steinberg e Figart, 1999).[45]

Assim, a sociologia das emoções já é um campo de estudos consolidado dentro da Associação Internacional de Sociologia, possuindo vasta bibliografia em estudos de caso sobre diversas ocupações, e também alguns estudos de desenvolvimento teórico sobre o conceito de gerenciamento emocional, quer seja ou não no trabalho.[46]

---

[45] Tradução livre: “o trabalho envolvido em lidar com os sentimentos de outras pessoas como um componente nuclear da regulação das emoções”.

[46] A regulação das emoções é um tema presente também na área da gestão e da psicologia. Há pesquisas sobre escalas de medição da realização de trabalho emocional, estudos que investigam as consequências

Dentre eles, destaca-se o estudo de Wharton e Erickson (1993) sobre o gerenciamento das emoções, no trabalho e na família. Em sua pesquisa, eles classificam três grandes tipos de gerenciamento emocional que caracterizam os papéis sociais dos atores em interação: promoção de integração entre os membros de um grupo; criação de diferenciação de si em relação ao grupo; ou criação de uma aparência emocionalmente neutra.

Os autores salientam que a expressão das emoções não é o mesmo que o seu gerenciamento. A primeira é a consequência de um sentimento, e o segundo é um esforço realizado sobre o sentimento ou sobre sua expressão. Nesse sentido, segundo Wharton e Erickson, a sociologia volta-se para a parte reflexiva da emoção, isto é, a parte em que o indivíduo reconhece seus sentimentos e tenta agir sobre eles.

Aqui vale uma explicação sobre como as emoções são concebidas nesses estudos. A partir das leituras dos pressupostos de Arlie Hochschild sobre sua conceituação (Hochschild, 2003 p.211 – 243), é possível concluir que a definição de emoção varia de acordo com a corrente filosófica adotada. Enquanto o pragmatismo de William James vê as emoções como manifestações corporais de resposta ao meio (primeiro o corpo chora, e depois seu choro ecoa como tristeza), haveria a corrente cognitivista que concebe as emoções como uma resposta dada pelo corpo, após a interpretação de uma situação (primeiro o corpo sabe do fato triste, depois sente tristeza, e então chora). O estudo sociológico das emoções voltar-se-ia para a concepção cognitivista. Ciente da discussão sobre o conceito de "emoção", Angelo Soares (2002) destaca duas características que o definem:

> *«Il existe dans ce concept une relation avec le temps. L'emotion póssede un début, une fin et une durée suffisante pour qu'on puisse y reconnaître une certaine qualité.*

---

do trabalho emocional para a saúde dos trabalhadores (Wharton, 1993, Hochschild, 1983), e sobretudo, estudos da área de gestão que tentam melhorar a interação com o cliente por meio de um bom gerenciamento emocional.

> *Ensuite, les émotions sont encarnées (embodied), il y a donc un changement corporel"*[47] *(Soares, 2002, p.234)*

De volta ao gerenciamento das emoções, Wharton e Erickson (1993) propõem que ele pode ocorrer em maior ou menor grau, de acordo com as exigências de cada papel social ou de cada ocupação, e categoriza três tipos de trabalho emocional.

O trabalho emocional "integrador" visa fortalecer os laços dentro de uma interação ou um grupo, expressando "emoções integradoras". São comuns demonstrações de afeto e de gentileza com sorrisos. Exemplo disso é o trabalho de um vendedor que tenta conquistar a simpatia do seu cliente. Os autores assinalam que é esse o tipo de trabalho emocional mais observado nos estudos sobre trabalho em serviços, nos quais o controle do trabalho incide sobre a qualidade da interação com o cliente (Wharton e Erickson, 1993, p.466).

O trabalho "dissimulador" é feito quando o ator precisa mascarar suas emoções, demonstrando-se emocionalmente neutro à situação. É feito em geral por profissões que necessitam enfatizar autoridade ou fechar o espaço para a manifestação emocional do outro. É o caso dos juízes, por exemplo. Esse trabalho é comum nos profissionais da saúde, que devem disfarçar um sentimento de piedade em relação ao diagnóstico de um paciente.

O trabalho "diferenciador" é o menos observado, pois consiste em demonstrar emoções negativas de forma a instigar emoções como medo, preocupação. Nesse caso, o trabalhador exibirá postura contrária à da integração. Um exemplo é a aparência sisuda que policiais devem ostentar durante o depoimento de um criminoso, ou o exemplo estudado por Hochschild (2003), o dos cobradores de contas, que devem produzir um estado de alarme e de medo nos clientes devedores.

---

[47] Tradução livre: Existe nesse conceito uma relação com o tempo. A emoção possui um começo, um fim, e duração suficiente para que possamos reconhecer nela uma certa qualidade. Em seguida, as emoções são encarnadas (embodied), há, assim, uma transformação corporal.

Em 2009, Wharton revisa as teorias e pesquisas inspiradas pelo conceito de “trabalho emocional”, de Hochschild, demonstrando que já há considerável aplicação do conceito a diversos tipos de atividades de trabalho, e dividindo a literatura sobre trabalho emocional em dois grupos.

O primeiro focalizaria diretamente o modo como os trabalhadores gerenciam as emoções, ou seja, a forma como o trabalho emocional é executado. Assim, desenvolvem-se escalas de medida de intensidade do trabalho emocional, da direção (se o trabalhador age na regulação de suas próprias emoções ou se estimula ou reprime a demonstração das emoções do cliente); do sentido (por exemplo, estimular prazer ou estimular medo), no tipo de atuação presente (se atuação de superfície, sobre a demonstração das emoções ou se é atuação profunda, com tentativa de mudar o próprio sentimento sobre determinada situação) e quais suas consequências emocionais para o trabalhador. Entre esses estudos estão aqueles que alertam para as consequências que o trabalho emocional tem na saúde dos trabalhadores.

Ainda sobre esse grupo, Wharton conclui que não é possível associar qualquer trabalho emocional ao dano à saúde. As consequências negativas relatadas são em sua maior parte associadas a algumas das dimensões do trabalho emocional, e não a todo e qualquer tipo. Enquanto a diferença entre a emoção sentida e a demonstrada causava o sentimento de despersonalização, de insatisfação no trabalho e de aumento do estresse (Morris e Feldman 1996; Pugliesi 1999; Brothridge e Grandey 2002), os mesmos estudos também apontavam que trabalhadores que exerciam atuação profunda sobre os próprios sentimentos não estavam em maior risco de exaustão emocional do que aqueles que não o faziam.

No outro grande grupo de artigos e livros, a intenção é observar as exigências das organizações sobre a atuação do trabalhador nas interações de serviços. Nesses, o estudo do trabalho emocional demonstra a interseccionalidade das relações sociais de sexo, de raça e de classe (Macdonald e Merril, 2009), observam a interação de serviço (McCammon e Griffin, 2000; Paules, 1991) demonstram o controle sobre a performance do trabalhador (Leidner, 1993; Macdonald e Siriani, 1996) e alguns, como England

(2005), concordam com a literatura sobre o trabalho de cuidar, vendo no care um tipo específico de trabalho emocional.

Casaca (2012), em sua pesquisa sobre serviços interpessoais em salões de beleza, expõe apanhado mais recente sobre os conceitos de trabalho emocional, incluindo o conceito de "trabalho estético". A autora pesquisou em Portugal serviços interpessoais de embelezamento, teleatendimento e de modelos femininas que trabalham como assistente de eventos, destacando que a análise dos serviços interpessoais exige atenção em relação ao uso dos atributos pessoais do trabalhador, pois

> *a interação direta (face-a-face; ou voz a voz) entre a pessoa trabalhadora e o/a interlocutor/a (cliente) constitui parte integrante do processo de trabalho. No âmbito de uma orientação empresarial centrada, a prestação de um "serviço de excelência", a qualidade das interações confere relevância à dimensão mais performativa do trabalhador e da trabalhadora. São então requeridos da força de trabalho certos atributos físicos, traços de personalidade e "qualidades humanas" que indiciem amabilidade, simpatia, deferência, disponibilidade e cortesia, capacidade de expressão verbal e de sociabilidade (Casaca 2012)*

Em sua discussão sobre o conceito de trabalho emocional, Casaca destaca o debate sobre a autonomia do trabalhador. Enquanto alguns estudos alertam que pode ocorrer a alienação do gerenciamento emocional do trabalhador, em uma violência ao seu foro íntimo (Rafaeli Sutton, 1990; Tolich, 1993; Asforth e Humphrey, 1995; Morris e Feldman, 1996, e a própria autora Casaca 2012b), outros argumentam que sempre há possibilidade de resistência a essa alienação, que na interação há possibilidades de variação das formas de executar o trabalho emocional, que pode ser uma fonte de alivio perante pressões das relações interpessoais no trabalho.

Nessa discussão, os artigos de Sloan (2008), Sayers e Morin (2009), Leidner (1993), Thoits (1996), e a própria Hochschild, em seu primeiro livro sobre as comissárias de bordo (Hochschild, 2003), apontam a ocorrência da dissonância emocional, isto é, da diferença entre a emoção sentida e da emoção que deve ser demonstrada ou que é adequada à prestação do serviço. Ainda sobre esse assunto, há

artigos que discutem se o trabalhador tem meios de resistència à alienação que pode resultar de um trabalho sem espaço para a expressão da personalidade, como são os chamados trabalhos “do nada”, interações excessivamente padronizadas, racionalizadas e vazias de significado (Ritzer e Lair, 2009).

Casaca também lembra outros trabalhos, que rebatem a visão de que o trabalho emocional seja sempre nocivo ao trabalhador, e destaca a proposta de Morris e Feldman (1996) sobre um modelo interacionista de análise do trabalho emocional. Eles assinalam que quatro dimensões deveriam ser observadas: 1) a frequência exigida de exibição das emoções; 2) “a duração, a intensidade das interações e a necessidade de concentração nas regras estipuladas”; 3) “a variedade das emoções requeridas”; e 4) a discrepância entre as emoções expressas e as genuinamnte sentidas.

Parece-me particularmente importante o destaque dado por Casaca, em sua revisão, aos estudos que retomam a análise interacionista das emoções no trabalho. Em sua própria pesquisa, a autora assinala que há espaço para demonstração de emoções autênticas, positivas e adequadas para a interação de serviço. Ainda que o profissional atue e represente um papel prescrito, “com efeito, a maioria das pesoas entrevistadas assume que as emoçõs expressas às/aos clientes são genuínas e espontâneas” (p.75). A relação interpessoal que ocorre durante um serviço extravasa “o mero valor da troca (a relação mercantil inerente ao contrato de trabalho)” (Idem, p.79). Nesse sentido, ela pode ser fonte de prazer para o(a) trabalhador(a). O trabalho emocional, feito com satisfação, ao promover bem-estar ao cliente, também gera bem estar no trabalhador.

Vale lembrar que, para Casaca (2012), o trabalho emocional, a partir da conceituação de Hochschild, é “esforço despendido pelos(as) trabalhadadores(as) na supressão ou manipulação das suas emoções genuínas (privadas) de modo a exibir um estado emocional concordante com as normas prescritas pelas entidades empregadoras”. Assim, em seu estudo, a autora lida com casos de trabalhadores que não são autônomos; isto é, estão numa relação triangular de serviço (cliente, gerente/proprietário, trabalhador), em que a execução do trabalho emocional pode ser não só um dado da interação mas também uma função regulada e controlada por um proprietário ou por uma organização.

Arango Gaviria (2013) lembra que outro desenvolvimento importante da literatura sobre trabalho emocional é a atenção dada às ocupações de maior conteúdo explicitamente servil. Elas seriam parte de um "proletariado emocional", conceito desenvolvido por Macdonald e Siriani (1996b) para designar os trabalhadores que estão na linha de frente do atendimento ao cliente, aqueles que realmente o servem face-a-face ou voz-a-voz, na produção de um serviço. A expressão serve para destacar a expropriação da autonomia dos trabalhadores envolvidos, sobre a demonstração das emoções no trabalho. Nas palavras dessas autoras:

> *There remains a critical distinction between white-collar work and work in the emotional proletariat: in management and in the professions, guidelines for emotional labor are generated collegially and, to a great extent, are self-supervised. In front-line service jobs, workers are given very explicit instructions concerning what to say and how to act, and both consumers and managers watch to ensure that these instructions are carried out (Macdonald e Siriani, 1996, p.3).*

O conceito encaixa-se bem à rotina de trabalho de atendentes de empresas de franquia, como o McDonalds, e de lojas de departamento, que possuem grande número de funcionários com maior gerenciamento sobre a organização das tarefas. Não é o caso de muitas manicuras que são empregadas em pequenos salões, nos quais às vezes têm apenas mais um(a) colega de trabalho, que pode ser o(a) próprio(a) proprietário(a). Nesses casos, a prescrição da demonstração das emoções não é tão clara como a citação sugere. Essa falta de clareza abre mais espaço para o trabalhador negociar a sua atuação, mas pode também ser fruto de mal-entendidos, como será abordado posteriormente.

Apesar de existir uma literatura consolidada que reconhece o conceito de "trabalho emocional", este é um trabalho invisível, não sendo considerado como trabalho a ser pago. Por isso, há pesquisas que procuram métodos de evidenciar a própria existência do trabalho emocional a partir das exigências e prescrições feitas pelas gerências, como citam Steinberg e Figart, (1999, p.13) e Casaca, (2012), sobre a análise de manuais de atendimento e avaliações do trabalho, as chamadas "avaliação de

desempenho", que costumam atribuir notas a quanto o trabalhador foi gentil com clientes, simpático, etc.

Trabalho estético

Para Casaca (2012), o conceito de trabalho estético ou, no original, "aesthetic labor" seria mais adequado para descrever o tipo de uso dos atributos pessoais dos trabalhadores pelas empresas, pois destaca a dimensão incorporada, instrumental, do corpo, no momento da realização do trabalho emocional. Segundo a autora, apoiada em Wharhurst et al., 2000:4, o trabalho estético consiste

> *na mobilização, desenvolvimento (modelação estética) e mercadorização (commodification) das disposições corpóreas das;os trabalhadoras(es) por parte das empresas. Esse processo é alcançado por via de seleção de pessoas portadoras dos atributos físicos e das capacidades de partida em competéncias esteticamente modeladas, capazes de garantir experiências sensoriais prazerosas junto dos/as consumidores/as (Casaca, 2012, p.18-19, grifos da autora).*

Importante destacar que o conceito de trabalho estético integra a ideia de habitus, de Bourdieu, "na qual a classe social se apresenta refletida no corpo, tal como sucede com o gênero" (Pettinger, 2005: 467). Assim, o trabalho estético seleciona socialmente os trabalhadores, de acordo com essas disposições marcadas no corpo.

Com efeito, toda a discussão trazida por Casaca localiza os serviços interpessoais no interior de uma economia de serviços, na qual a imagem pessoal é tanto usada no trabalho, integrando a "estética" da cultura empresarial quanto é também mercadoria obtida com a compra de diversos serviços. A autora observa que uma característica forte dos serviços interpessoais, que não pode ser deixada de lado em sua análise, é a predominância das mulheres no trabalho. O trabalho estético tem uma dimensão "genderizada" (sic), pois "os códigos estéticos variam em função das representações simbólicas de masculinidade e feminilidade" (idem, p.22). Nesse sentido, as mulheres são mais requisitadas nas dimensões sexual e erótica do trabalho estético. Destarte, o conceito de trabalho estético está relacionado com a discussão sobre

a interseccionalidade entre raça, classe e gênero, na seleção dos trabalhadores, como desenvolveram Macdonald e Merril (2009) e à consubstancialidade das relações sociais de sexo, raça e classe, como desenvolveram Hirata e Kergoat (1998; 2009).

Angelo Soares (2002) alerta para a necessidade de apreensão da dimensão corporal nos serviços, sem a qual não se compreende a complexidade e a especificidade do trabalho que ocorre em uma interação pessoal. Para esse autor, na produção de um serviço é preciso observar a dimensão sexual não somente como possível venda de atividade sexual mas também no uso de atributos sexuais como parte de qualquer serviço ou produto vendido. Ou seja, "o corpo ou uma parte do corpo do(a) trabalhador(a) é instrumentalizado na produção do serviço" (Soares, 2002, p.233). Para ilustrar este ponto, o autor lembra o estudo de Lan (2001) sobre as vendedoras de cosméticos. Seus corpos devem ser um espelho dos produtos e, por isso, devem ser atraentes. A normatização do corpo para o trabalho vai além da utilização da sua força física. Recuperando o olhar interacionista, Soares lembra que, nos serviços, os trabalhadores utilizam o que Goffman chamou de "qualificações sociais", isto é, "a capacidade de evitar embaraços para si ou para outro". Com efeito, essa indicação de Soares é correspondente ao que observo entre manicuras e clientes. Fica a cargo da manicura o maior esforço em gerenciar a interação, evitando a ocorrência de situações desagradáveis.

Trabalho corporal

O estudo do papel do corpo nos processos de produção, seja de mercadorias ou de serviços, é recente na sociologia do trabalho.[48] Apesar da recente atenção ao corpo

[48] Braverman (1974) e os estudos por ele inspirados consideram o corpo do trabalhador. É justamente a constatação de que o trabalho industrial na linha de montagem desafia o corpo e ignora a mente (tomando-os como se fossem separados) que move esses estudos. Mas há outras dimensões de participação do corpo que começam a ser abordadas com o estudo do trabalho em serviços, como a venda do toque entre corpos, da aparência, das sensações e das emoções que podem provocar, entre outros, que se pretende demonstrar na exposição a seguir.

dada pelas teorias sociais (Schilling, 2003[1993]) [49], ou da formação de teorias sociológicas sobre o corpo (Le Breton, 1999), os estudos das ocupações em serviços interpessoais precisaram construir algum conceito de "trabalho corporal" para tentar especificar como o corpo está implicado no trabalho. Debra Gimlin, que estudou serviços de intervenção corporal no corpo feminino, realizou uma revisão bibliográfica sobre como o trabalho no/do corpo tem sido apreendido (Gimlin, 2007), na qual nota quatro noções de "trabalho corporal" (*body work* ou *body labor*). Com algumas observações, essa revisão serve de guia para a exposição a seguir.

"Trabalho corporal", referido com as expressões "*body*/*appearance work*", pode ser a ação de trabalhar sobre o próprio corpo, ou a própria aparência, de forma a adequá-lo ao ambiente do trabalho, ao serviço vendido, ao meio cultural. Para esses estudos, na "sociedade pós-industrial" [50], a aparência corporal e a sexualidade passaram a ser compreendidas como parte da força de trabalho contratada, como lembrou Wolkowitz (2006). Nessa linha está o conceito de "gerenciamento corporal" ("*body management*" no original), de McDowell (1997), que notou como jovens trabalhadores percebiam uma resposta positiva de clientes e superiores em relação ao cuidado com as roupas, o corte de cabelo e a forma física que exibiam. Gênero é um tema presente nesse tipo de trabalho corporal, pois há mais demandas sobre a aparência feminina, fazendo com que as mulheres tenham de engajar-se mais nesse tipo de trabalho corporal (Black, 2004).

---

[49] Schilling 2003[1993]examina exaustivamente como a teoria social tem abordado o corpo e confere destaque aos estudos derivados da obra de Foucault, para quem o controle do corpo e de sua dimensão sexual está no centro das reflexões. De outra forma, convém lembrar que, em Mead e em Goffman, a consideração do corpo como um fator de análise tem impacto na construção teórica. Em seu artigo sobre o embaraço, de 1956, Goffmam pensa na influência das manifestações corporais na interação. Também o corpo está presente ativamente no estudo de Goffman sobre o estigma e a figura do desviante. Com efeito, é a consideração da presença corporal que diferencia todo o caminho teórico trilhado por Goffman ao estabelecer o conceito de interação face-a-face, que chama a atenção para a influência mútua da presença corporal.

[50] A expressão está no texto de Gimlin (2007) e aparece também nos textos citados a seguir. Refere-se a uma sociedade cujo trabalho industrial perde espaço para um amplo e crescente setor de serviços.

Outro conceito de trabalho corporal refere-se ao trabalho sobre o corpo de outro, traduzido com a expressão "*body work*". Wolkowitz, utiliza a expressão para designar[51] o trabalho que "toma o corpo como seu local imediato de trabalho, envolvendo contato íntimo com o (frequentemente deitado ou nu) corpo, seus orifícios ou produtos, mediante toque ou proximidade" (Wolkowitz, 2006, p.147). Assim, o trabalho corporal é característica de uma variedade de ocupações, desde aquelas vinculadas ao campo da saúde às relativas aos campos dos esportes e da estética pessoal.

Para Gimlin (2007), há mais atenção dos sociólogos nessa linha, e dentro dela destacam-se os estudos sobre os serviços de beleza (Black, 2004; Gimlin, 2002; Rooks, 1996), além daqueles sobre atividades que lidam com materiais sujos ou repugnantes, como os trabalhos dos coletores de lixo e dos auxiliares de enfermagem (Hughes, 1971). Dentre os estudos que assinalam esse tipo de trabalho corporal, está a literatura sobre trabalho doméstico não pago, com a crítica feminista da ausência de reconhecimento dele e do seu valor. Sobre esse ponto, Gimlin observa, com base em Twigg (2000), que todos os trabalhos que lidam com o corpo são potencialmente rebaixadores de quem o executa. Por isso, quando é feito por indivíduos com alto *status* social é tipicamente acompanhado de técnicas de distanciamento, como o uso de uniformes, ou a delegação das tarefas mais próximas do corpo a um profissional de menor *status*, como acontece entre médicos e auxiliares de enfermagem (Gimlin, 2007, p.358). O próprio distanciamento em relação ao corpo do cliente marcaria o *status* da profissão. Essa noção de trabalho corporal evidencia os aspectos de criação de intimidade, de prazer sexual, de uma zona de conforto para o cliente.

Para Gimlin, entre os conceitos que destacam o conteúdo servil do trabalho corporal está o de "*body labor*", proposto por Millian Kang (2003) em seu estudo sobre as manicuras de origem coreana, em Nova Iorque.

---

[51] Tradução livre de: "takes the body as its immediate site of labour, involving intimate, messy contact with the (frequently supine or naked) body, its orifices or products through touch or close proximity"

No livro que apresenta a integralidade do estudo, Kang afirma que o trabalho emocional é parte do serviço de manicure, pois, além das unhas pintadas, muitos salões fazem a propaganda de que o cliente se sentirá relaxado durante e após o serviço. Porém, a autora sugere que, para causar esse estado agradável no cliente, não só o trabalho emocional é feito mas há também um trabalho corporal (*body labor*), que, nas manicuras, está expresso na maneira delicada como a profissional toca a cliente e massageia suas mãos e pés. A definição de trabalho corporal apresentada pela autora parece similar à de trabalho emocional, a não ser pela referência ao corpo como alvo:

> *The term body labor designates commercialized exchanges in which service workers attend to the physical comfort and appearance of the customers, through direct contact with the body (such as touching, massaging, and manicuring) and by attending to the feelings involved with this practices. Furthermore, body labor requires that service workers manage their own feelings regarding the corporeality of their work while instilling their work with a sense of caring for their customers (Kang, 2010, p.20)*[52]

Esse "trabalho corporal", tal como definido acima, é especialmente encontrado em salões de alto escalão, nos quais as clientes esperam ser paparicadas pelas manicuras coreanas, que são vistas, em Nova Iorque, como especialmente boas na arte de manicurar. O trabalho corporal é exatamente o atendimento dessas expectativas:

> *Body labor transforms a hygienic process, otherwise equated with washing hair or clothes, into a richly rewarding physical and emotional experience – that is, when it meets customer´s expectations. (…) In upscale nail spas the manicure is not simply an economic transaction. It is also a symbolic*

[52] Tradução livre: O termo "trabalho corporal" designa trocas comercializadas nas quais trabalhadores em serviços prestam conforto físico e cuidam da aparência dos clientes, por meio de contato direto com o corpo (como toque, massagem e manicuragem) e por corresponderem aos sentimentos envolvidos nessas práticas. Além disso, o trabalho corporal requer que o trabalhadores gerenciem seus próprios sentimentos observando a corporeidade de seu trabalho enquanto infundem em seu trabalho o senso de cuidado por seus clientes.

> *exchange that involves the buying and selling of deference and attentiveness* [53]. (Kang, 2010, p. 133-134).

Assim como Hochschild assinalou em relação ao trabalho emocional, Kang conceitua dois tipos de trabalho corporal, um de cunho privado (*body work*) e outro público, à venda no mercado de trabalho (*body labor*). O trabalho corporal do tipo *body work* pode ser bem exemplificado na massagem que a mãe faz em seu bebê, enquanto o tipo "*body labor*" é sempre feito em troca de remuneração.

Além de ressaltar a dimensão pública e comercial desse trabalho corporal, o conceito de Kang destaca que o seu oferecimento em salões de beleza atende às expectativas de clientes sobre raça e gênero das manicuras. No caso estudado pela autora, há uma associação muito forte entre ser manicura, ser asiática e ser capaz de prover trabalho corporal; por isso, o seu conceito de *body labor* visa evidenciar que não se trata apenas de um corpo trabalhando para outro, mas de um trabalho realizado entre indivíduos de posições sociais diferentes em raça e classe (Kang, 2010, p.30).

Uma terceira forma de conceituar trabalho corporal, ainda segundo Gimlin (2007), é o do gerenciamento das emoções e sentimentos no corpo (*body/emotion management*). Gimlin refere-se ao conceito de trabalho emocional de Arlie Hochschild sobre as atuações de superfície (*surface acting*) e atuação profunda (*deep acting*), já que a autora sublinha que essas atuações se dão no corpo.

Por fim, Gimilin destaca o trabalho corporal como "o trabalho que é inscrito no corpo" (Gimlin, 2007, p.363), isto é, quando o corpo sofre e aparenta as consequências do trabalho que realiza. Nesse caso estão, por exemplo, as rugas da comissária de bordo, formadas pelo ato de sorrir profissionalmente. Nesse sentido, o trabalho corporal é o resultado físico do emprego no corpo do trabalhador.

---

[53] Tradução livre: Trabalho corporal transforma um processo higiênico, equacionado como lavar o cabelo ou roupas, em uma rica e recompensadora experiência emocional e física – isto é, quando ele corresponde às expectativas dos clientes. (…) Em salões de alto padrão, o serviço de manicure não é simplesmente uma transação econômica. É também uma troca simbólica que envolve a compra e a venda de deferência e atenção.

Como se pode observar, o conceito de “trabaho corporal”, em suas diferentes acepções, é, em grande medida, um resultado dos estudos sobre os serviços de beleza pessoal. Sobre as quatro formas de conceber o trabalho corporal classificadas por Gimlin (2007), parece-me que apenas a segunda, chamada de “body labor”, se refere a um tipo específico de trabalho desempenhado pelo corpo. Os outros aspectos destacados, embora sejam pertinentes e presentes em diversas atividades, causam certa confusão sobre o foco da análise. Se o trabalho é uma ação do trabalhador dentro de um processo, como chamar de “trabalho corporal” os sinais corporais que aparecem no corpo como consequência do processo de trabalho? São, antes, efeitos do ato de trabalhar, que advêm da dimensão física de qualquer atividade de trabalho.

Da mesma forma, não me parece profícuo usar o conceito de trabalho corporal para designar tão somente o trabalho daquele que se volta ao corpo de outro. Trabalhar o corpo de outrem é uma atividade complexa e diferente de acordo com cada ocupação. Enquanto um dentista faz intervenções precisas, uma enfermeira toca quase todo o corpo de um paciente ao ter que lhe dar um banho. Como utilizar uma única denominação e conceber um só conceito para designar o que é específico no trabalho com o corpo de outro?

Entendo que o conceito de “trabalho corporal” deve ressaltar algo que outros não evidenciaram, como a participação do corpo no processo de trabalho em seus diversos aspectos (raciais, sexuais, de posição social), socialmente construídos ou não. Nesse sentido, o construto conceitual de Kang parece ser o que mais se aproxima de designar um tipo de atividade escondida, que necessita de nomeação para ser percebida. A partir do que observei e ouvi das manicuras, penso que o conceito proposto por Kang (2003; 2010) pode ser desenvolvido, dando destaque à ideia do trabalho de um corpo sobre outro corpo, compreendendo ambos como um fenômeno ao mesmo tempo biológico e social, como sugerem Schilling 2003/1993 e Le Breton (1999). Desse modo, trata-se de conceito que serve para ressaltar o aspecto de trabalho presente na situaçao. O trabalho corporal seria, assim, ao mesmo tempo, uma troca econômica e uma troca corporal, a segunda sendo multidimensional - biológica, física, energética, emocional, erótica, íntima e social.

Estudos sobre o trabalho no salão de beleza

De acordo com Gimlin (2002), (Black e Sharma 2001), Black (2004) e Hill e Bradley (2010), o trabalho no salão de beleza pode demonstrar o contrário do que extensa literatura sobre o trabalho emocional aponta (cf. Boris & Parreñas 2010; Steiberg and Figart, 1999; Leidner, 1993, Casaca, 2012): que nem sempre a execução de trabalho emocional gera efeitos de alienação e de dissonância emocional no trabalhador. No salão de beleza, a interação de serviço pode resultar em emoções positivas de satisfação e reconhecimento no trabalho.

Para Gimlin (1996), que destaca a parte emocional do trabalho do cabeleireiro, há um gerenciamento das emoções causado pelo formato da interação, que é apenas entre duas pessoas, uma que se dedica à outra, em proximidade física, num ambiente de uso coletivo. Segundo seus entrevistados, o bom profissional de salão de beleza é aquele que se interessa pelos assuntos pessoais de seu cliente e o ouve com atenção, frequentemente exercendo o papel de confidente. Porém, se a cliente não abrir uma conversação, o bom profissional também não o faz. Esses resultados foram os que a autora obteve mediante entrevistas com profissionais e a observação de suas atuações no salão. No entanto, a própria autora reconhece que tais dados podem ter sofrido interferência da sua presença na cena observada.

Gimlin utiliza a expressão "*emotion work*" para descrever essa componente emocional do trabalho, referindo-se ao estudo de Hochschild (2003), que, como vimos, distingue um gerenciamento emocional na vida privada, para uso próprio, chamando-o de "*emotion work*" e outro, na vida pública, como parte de um trabalho por valor de troca, chamando-o de "*emotional labor*". Callahan e McCollum (2002) assinalam a necessidade de destacar a diferenciação feita por Hochschild sobre o trabalho emocional feito para uso próprio do trabalhador e aquele que é feito para ser trocado por remuneração, argumentando que é possível ao trabalhador fazer o gerenciamento de suas emoções em benefício próprio, seja para melhorar seu cotidiano, seja para proteger-se de sofrimento. No entanto, parece difícil corroborar essa afirmação para

uma interação que é do começo ao fim uma relação de serviço, na qual sempre alguém está servindo a outrem, seja ou não em troca de pagamento. Na interação que constitui um serviço para outra pessoa, remunerado ou não, o foco da atuação está na promoção de certo estado de espírito naquele que é servido. Ainda que esse gerenciamento também beneficie quem o realiza, ele sempre é orientado de acordo com a intenção de servir. Em relação ao estudo de Gimlin, causa certa confusão o fato da autora não ter utilizado a expressão “emotional labor” uma vez que suas observações se deram acerca de cabeleireiros em trabalho remunerado.

Hill e Bradley (2010) realizaram uma etnografia sobre salões de cabeleireiros, discutindo as repercussões emocionais do trabalho nos próprios profissionais. O objetivo da pesquisa foi investigar a hipótese sobre se o trabalho em serviços com interação pessoal pode levar bem-estar a quem o executa. Na esteira do estudo de Wharton e Erickson (1993), que apontou três tipos de gerenciamento emocional e investigou as consequências psicossociais desse gerenciamento, Hill e Bradley concordam com o fato de que quanto mais autonomia o trabalhador tiver sobre o modo de exercer o trabalho, mais satisfeito emocionalmente estará com ele. Utilizando entrevistas e observações participantes em salões, verificaram que a avaliação dos clientes é importante para o bem-estar emocional do cabeleireiro. Quando essa avaliação é expressada pelo cliente de forma positiva, o cabeleireiro experimenta sentimentos de gratificação e, ocasionalmente, de orgulho de si mesmo. Contudo, quando o cliente expressa desapontamento ou uma avaliação negativa, os cabeleireiros experimentam “resultados emocionais negativos” de impotência, pois tudo havia sido feito e ainda assim o cliente não gostou.

A interação entre cliente e cabeleireiro, na qual há toque corporal e conversa é uma ocupação propícia para a criação de intimidade:

> *Our findings suggests that the service work of beauticians is one such type of occupation, with intimacy being achieved on both a physical level (coming into a physical touch with the client) and na emotional;cognitive level (talking to,*

> *connecting with, and sometimes counseling the client). (Hill and Bradey, 2010, p.55)*[54].

Assim, há espaço para o desenvolvimento de uma situação em que o cliente pode exprimir seus sentimentos sobre suas relações pessoais. Essa concessão de informações íntimas por parte do cliente revelou-se positiva para o bem-estar dos cabeleireiros, sobretudo quando eles puderam aconselhá-lo. Por outro lado, o cliente que trata o cabeleireiro à distância, sem lhe conceder nenhuma informação pessoal, faz com que ele não se sinta bem na situação. Assim, de acordo com esse estudo, é possível concluir que a intimidade com o cliente não só é uma consequência da interação, mas também uma expectativa entre cabelereiro e cliente, fazendo parte de um quadro mental de definição daquela situação (Goffman, 1974).

Toerien e Kitzinger (2007) chegaram a um resultado parecido ao de Hill e Bradley, analisando a interação em um serviço de depilação utilizando o registro em vídeo. O objetivo das autoras foi focalizar o trabalho emocional e o trabalho corporal (*body labor*) em ação, demonstrando assim como o gerenciamento das emoções é também um tipo de competência profissional. Com efeito, as autoras demonstram que o cabeleireiro exibe envolvimentos simultâneos em múltiplas tarefas e assuntos, o que exige dele o engajamento em envolvimentos múltiplos (Cf. Goffman, 1961). No caso analisado pelas autoras, a conversa servia tanto para entreter o cliente quanto para operacionalizar o trabalho de depilação, isto é, adequar o corpo da cliente ao serviço que ela precisava realizar (remoção de pêlos). Assim também contornava os gestos da cliente (por exemplo, franzir a testa na remoção de pêlos da sobrancelha) com outros, negociando todo o tempo o espaço de trabalho e o toque corporal. Essa negociação com gestos e palavras é precisamente o trabalho corporal em execução.

Em relação ao trabalho emocional, as autoras exemplificam apresentando a análise da conversa da depiladora com a cliente. Em vez de apressar o serviço de

[54] Tradução livre: Nossas descorbertas sugerem que o trabalho dos esteticistas é um tipo de ocupação em que a intimidade deve ser alcançada tanto num nível físico (resultando no toque físico no cliente) quanto num nível emocional e cognitivo (falando com, conectando com e algumas vezes aconselhando o cliente).

depilação, a trabalhadora se envolve na conversa com a cliente, respondendo à expectativa de um atendimento único e personalizado. A maneira como a depiladora detém seus movimentos para dar prioridade para a conversa é um trabalho emocional em ação.

Em Soulliére (1997), há uma observação etnográfica que descreve a interação de um cabeleireiro com seus clientes, tendo sido a própria autora um deles. Durante cinco semanas, em diferentes horários, a autora realizou observações, de 50 a 90 minutos, em um pequeno salão. Para interpretar os dados das conversações, usou o método de codificação de dados proposto por Strauss (2010[1987]) (codificação aberta e codificação axial), na tentativa de gerar uma teoria por meio da análise dos dados. Dentre os conceitos montados em sua codificação, Soulliere destaca que a confiança é um aspecto especialmente importante no trabalho do cabeleireiro, e que ocorre a construção do profissionalismo do cabeleireiro em suas práticas, como o uso de produtos não acessíveis ao consumidor comum em lojas de varejo e o hábito de atender com horário marcado. Com a análise da interação, Soulliere conclui que o trabalho de embelezar o cabelo é feito por meio de uma negociaçao interativa, na qual se incluem a luta pelo reconhecimento do profissionalismo, e a manuenção de uma relação ao mesmo tempo comercial e de confiança.

Os artigos que enfatizaram a análise da interação de serviço aproximam-se das tendências observadas nas manicuras em São Paulo, mesmo que nenhum deles tenha analisado o serviço de manicure. Nesses casos, o que torna possível a aproximação é a estrutura comum das situações: uma interação comercial de serviço entre duas pessoas, frequentemente do mesmo sexo, com necessário toque corporal. Já aqui se observa a pertinência de considerar a interação social como domínio de análise pertinente aos estudos do trabalho.

Cohen (2010) também analisou a interação entre clientes e cabeleireiros(as) na Inglaterra, mas o fez com particular atenção às relações de emprego. A autora entrevistou cabeleireiros(as) em dois grandes tipos de regime e trabalho (assalariados por tempo parcial e trabalhadores por conta própria) e observou que isso era um fator de modificação do tipo trabalho emocional realizado, mesmo que o conteúdo da atividade

de trabalho, segundo a autora, permanecesse o mesmo. Neste artigo, Rachel Cohen mostrou que entre clientes e cabeleireiros pode haver não somente interações, mas um relacionamento que pode durar anos. As relações de emprego podem ou não produzir uma dependência, e isso afeta as interações com os clientes. Quando o cabeleireiro, ou a cabeleireira, trabalha autonomamente, sendo proprietário(a) de um salão ou alugando uma cadeira, é mais frequente que ele ou ela faça favores do tipo aceitar que um cliente pague em outro dia o serviço já realizado, ou que atenda um cliente depois do horário de fechamento do salão. Já os que são assalariados por hora tendem a não prestar favores desse tipo, mas aceitam fazer outros, pequenos, que não acrescentem tempo às suas jornadas e que, em geral, nada têm a ver com o trabalho, como sair para comprar um jornal para uma cliente.

Os favores prestados pelos cabeleireiros autônomos visam conquistar a confiança e a fidelidade do(a) cliente, enquanto os dos assalariados não têm essa intenção. Buscando criar um relacionamento com o cliente, os cabeleireiros autônomos são os mais propícios a exercer o trabalho emocional do tipo “atuação profunda” (Hochschild, 2003), quando um cliente não corresponde à confiança que eles achavam que tinham conquistado. Assim, raramente um cabeleireiro deixa de atender um cliente, mesmo que ele seja mal educado e não reconheça todos os favores que lhe foram feitos. Em vez disso, continua tratando-o como amigo, utilizando-se da atuação profunda para ressignificar sua decepção. (Cohen, 2010, p.211). Por outro lado, os trabalhadores assalariados não se declaravam amigos dos clientes e, por isso, não realizavam nenhum tipo de esforço para gostar deles(as).

Outro tipo de análise sociológica sobre trabalho em embelezamento pessoal é feita por Cochennec (2004), acerca do universo profissional das esteticistas. A partir do olhar sobre a disputa entre os campos profissionais, o autor analisou o universo profissional da estética, examinando as ideias e noções associadas ao ofício, fontes sobre o histórico do serviço, como a origem social dos seus praticantes, utilizando, para isso, observações de campo e entrevistas com trabalhadoras e clientes. Segundo o autor, a profissão de esteticista é marcada de contradições. Ao mesmo tempo em que reivindica exclusividade sobre o trabalho de cuidado e embelezamento da epiderme, não pode se atribuir funções de cuidado curativo, posto que não tem licenças para trabalhar

com técnicas de aprofundamento. Assim, as esteticistas utilizam o jargão médico para explicar suas práticas e serviços, de forma a valorizá-los, mas a função médica está excluída da profissão. Para Cochennec, há, portanto, uma relação entre a parte do corpo trabalhada e a posição social da profissão. A esteticista pode apenas cuidar da pele, ou seja, da superfície do corpo, o que faz com que a estética seja vista também como um conhecimento e uma prática também superficiais.

O serviço de esteticista parece-se, para ele, mais a um ofício do que a uma profissão, pois há pouca padronização de suas técnicas. No intuito de afastar noções de frivolidade, as esteticistas assinalam que devem ser crescentes as exigências de qualificação formal. Contudo, a maior parte das que foram entrevistadas pelo autor declarou que não utilizava e mesmo contrariava boa parte dos aprendizados teóricos. Somado ao fato de que poucas das entrevistadas eram, de fato, diplomadas, e de que 33% das esteticistas pesquisadas são familiares de outras, com quem aprenderam a profissão, o autor conclui que a estética não é um campo profissional consolidado. O próprio esforço necessário para a criação dessa identidade profissional é indicativo de como a profissionalização é algo ainda ainda a ser buscado. A instância de consagração da profissão seria a padronização dos seus conhecimentos por uma instituição escolar e o reconhecimento de que suas atividades são exclusivas e estas são as estratégias percebidas pelo autor nas esteticistas. No entanto, o autor não destaca o fato de que, como vimos em manicuras brasileiras, as esteticistas afirmam possuir um saber prático por vezes mais eficaz que o conhecimento escolar. A exaltação da experiência prática não seria outra estratégia de busca de legitimação da profissão?

A ideia usada pelas esteticistas para explicar por que seguem essa profissão é a de vocação. Cochennec vê nisso a justificação de uma escolha profissional que não foi voluntária. Essa não foi a profissão almejada, mas, comumente, a alternativa para quem não consegue acessar profissões de prestígio; no entanto, o autor não relaciona a origem social das esteticistas aos seus impedimentos de galgar outras profissões.

Em sua análise Cochennec destaca o aspecto relacional do trabalho estético, ressaltando a necessidade de a esteticista recorrer às suas características pessoais para valorizá-lo. A vocação profissional, que é exaltada, é vista pelo autor como um indício

de que a esteticista deve possuir um “saber ser”, e não apenas um “saber fazer”. Sua identidade social não se pode apoiar na legitimação médica ou escolar, e como não há uma identidade coletiva profissional, cada esteticista estabelece-se no campo da estética pelas suas características pessoais no relacionamento com o cliente.

A fraca sindicalização das esteticistas também é outro fator que mostra a fragilidade de um campo profissional que ainda se constrói. A figura da esteticista está relacionada mais ao mágico que ao científico, pois ela seria uma portadora das chaves da beleza, daquilo que não precisa ser ensinado. Ela possui em si as qualidades sociais femininas necessárias a esse ofício, que seria um aprendizado social feminino, e não uma técnica.

Assim, a personagem de esteticista não é construída formalmente em nenhum curso. Ela tem gestos, aparência, atitudes e uma demonstração de afetos adequados à sua interação com a cliente. No entanto, em vez de atribuir isso a um aprendizado relacional, Cochennec considera que esta personagem é resultado de um “complexo de qualidades inconscientemente incorporadas”. O modelo profissional da esteticista seria essa soma de qualificações pessoais/humanas que teriam primazia sobre as suas competências profissionais.

A simpatia exibida frequentemente pelas esteticistas às suas clientes é analisada separadamente por Cochennec. Não é considerada nem uma competência profissional, nem uma qualidade pessoal. É reconhecida, no entanto, como um recurso de diferenciação entre as esteticistas na luta por clientes. O autor menciona que há um trabalho de cuidar das clientes, mas não utiliza o conceito de “*care-work*” - que assume que o cuidar é um trabalho que pode ser aprendido e realizado por qualquer - e relata que as esteticistas mencionam terem o “dom” de tentar compreender os cuidados que a cliente precisa.

Enquanto Black and Sharma (2001) ressaltaram a centralidade do trabalho emocional da esteticista, quando conforta o cliente em seu estado de espírito, sendo o bem-estar do cliente uma fonte de sentido para o seu trabalho, Cochennec vê a existência de uma relação de poder entre a esteticista e a cliente. Na sua observação, é a cliente que está em vulnerabilidade, uma vez que está literalmente despida, dentro de

um ambiente que não é o seu, sem a sustentação de máscaras, ao passo que a esteticista está com a sua "personagem" em uso. Aqui o autor descreve como, nesse momento de nudez em que deixa a esteticista trabalhar seu corpo, o(a) cliente está vulnerável aos conselhos e julgamentos da esteticista sobre suas confidências. Ele vê, portanto, uma relação desequilibrada entre cliente e esteticista, na qual esta, por trás de seu uniforme branco, esconde suas vulnerabilidades, julga e aconselha a cliente, num momento em que ela, sim, está fragilizada:

> *"Le charisme de l'esthéticienne, sa connaissance particulière de l'ensemble de l'univers dans lequel elle œuvre font que la relation type avec une cliente est déséquilibrée. Tous les pouvoirs, en effet, sont du côté de l'esthéticienne. La cliente, elle, se rend à l'institut pour y demander un soin et doit se « mettre à nu » : montrer son corps et dévoiler des parties habituellement cachées dont elle peut avoir honte; mais aussi, la plupart du temps, livrer ses affects, ses craintes et ses questionnements»* [55] *(Cochennec, 2004 p.87)*

Neste sentido, ainda que a cliente estivesse num momento de vulnerabilidade, com seu corpo à mostra e em um ambiente que lhe diz que ali é possível enfim confessar certas emoções, estando, portanto, sem "máscaras" perante sua esteticista, o autor poderia ter cosiderado as máscaras sociais como um peso, e não uma vantagem. A máscara portada pela esteticista pode não ser a de uma proteção, mas a de uma representação de um personagem de trabalho direcionada a servir a cliente. Se levarmos em conta que a nudez da cliente ocorre em uma relação comercial, o julgamento e o conselho da esteticista não representam um poder que detenha sobre a cliente, mas também uma parte – esperada – do serviço.

---

[55] Tradução livre: "O carisma da esteticista, seu conhecimento particular de todo o universo em que atua fazem com que o relacionamento típico com um cliente desequilibrado. Todos os poderes, de fato, estão do lado da esteticista. A cliente que vai para o instituto de beleza ter seu atendimento se "põe nua", mostra o seu corpo e, geralmente, revela partes ocultas das quais se envergonha; mas também a maior parte do tempo, entrega suas emoções, medos e dúvidas".

A relação com o cliente é percebida como parte importante do trabalho. As esteticistas entrevistadas pelo autor dizem que o dom de escutar é uma qualidade fundamental do trabalho. Para muitas, o corpo é apenas um pretexto para que o(a) cliente vá ao salão a fim de falar de suas angústias, suas insatisfações com o próprio corpo que envelhece, e também da sua vida no trabalho e na família. O autor vê o estabelecimento de uma intimidade instantânea entre cliente e esteticista, embora a última tente manter a distância, para preservar sua identidade profissional. Há uma função terapêutica no cuidado estético, não de cura, mas de alívio de dores emocionais, ao menos no momento da prestação do serviço. Para o autor, esse aspecto mostra mais outra ambiguidade desse universo: ao mesmo tempo em que destacam os benefícios psicológicos de seus serviços, esteticistas não têm nenhum tipo de formação nessa área.

O artigo de Cochennec (2004) não analisou a fundo o ofício da esteticista, mas os símbolos sociais associados ao salão de beleza, ao papel social da esteticista, ao próprio cuidado reservado à beleza feminina. No Canadá, o serviço de manicure faz parte do trabalho das esteticistas, embora seja possível exercer o serviço de manicure somente. No Brasil, a estética tem sido uma carreira almejada por manicuras, que, gradativamente, começam a oferecer diversos serviços às suas clientes.

Observações mais similares ao que se vê no Brasil encontrei nos estudos de Luz Arango Gaviria, que se tornou uma referência central para os estudos sobre os profissionais do salão de beleza, coordenando os projetos “Los servicios estéticos y corporales em las nuevas configuraciones del trabajo: empleo, trayectorias sociales y construcción social de la diferencia” e “*Microempresa, trabajo y gênero em El sector de servicios: El caso de lãs peluquerias y salones de belleza*”. Ambos os projetos resultaram em um conjunto de artigos: Arango Gaviria 2011; Arango Gaviria, 2012; Arango and Duque, 2012; Arango, 2013a; Arango, Ramírez, Jeisson Alanis and Ramírez, Sylvia Alejandra, 2013; e Arango 2013a, o último sendo sobre manicuras no Brasil. Entre as diversas informações e análises valiosas para o estudo do serviço de manicure, os artigos dissertam sobre a dinâmica de constituição do campo profissional de embelezamento pessoal na região metropolitana de Bogotá, na América Latina.

Em Arango Gaviria (2011), a autora analisa a relação entre a atuação de profissionais da beleza e suas pretensões artísticas dentro desse campo. Nele, a autora já ressalta o papel do crescimento da indústria global de produtos de beleza com o desenvolvimento de um setor de embelezamento pessoal, uma vez que na Colômbia, país de passado colonial, os trabalhos de cuidado exercidos diretamente no corpo estiveram (e estão) ligados ao trabalho doméstico feminino. Nesse artigo, o objetivo é investigar a influência do gênero sobre os discursos e as práticas de profissionais desse setor, a partir de três perspectivas: 1) gênero enquanto relação social de diferenciação entre os dois sexos, 2) a influência do gênero na beleza como categoria normativa, e 3) a organização das profissões por gênero, expressa na divisão sexual do trabalho.

Para isso, a autora e sua equipe realizaram 33 entrevistas com profissionais proprietários, profissionais empregados (dentre eles cinco manicuras, nove estilistas integrais,[56] uma penteadora, uma cosmetóloga, um administrador e um auxiliar), e proprietários, em quinze estabelecimentos, classificados conforme as três zonas da cidade segundo nível socioeconômico ("três estabelecimentos em zona alta, seis em zona média e seis em zona popular"). Tais entrevistas serão as mesmas utilizadas nos artigos subsequentes do projeto.

À luz da teoria do espaço social de Pierre Bourdieu e de seu conceito de campo, "entendido como sistema de relações socais hierarquicamente estruturado (material e simbolicamente) no qual competem e cooperam diversos agentes em torno de bens e poderes específicos", Arango analisa como os entrevistados lutam por suas posições no campo profissional da beleza em Bogotá, prestando atenção particularmente às estratégias de associação do próprio trabalho com a arte (Arango 2011, p.10). Ainda nesse sentido, Arango demonstra como a própria definição de "artístico" mencionada pelos profissionais está entremeada por referências ao gênero.

Nos casos em que a arte foi reivindicada como parte da prática profissional, houve associação do fazer artístico com o estado de espírito do(a) cliente. O "ser artista"

[56] Autodenominação de profissionais colombianos que realizam todos os serviços de embelezamento pessoal (nos cabelos, unhas e pele).

seria entender o(a) cliente em seu interior e saber expressar isso em sua aparência. Em comparação com o que observou Bourdieu sobre o campo artístico - que possui lógica inversa ao campo econômico e político (afirma uma boa posição no campo o agente que apresenta uma arte desinteressada, que seja arte por arte) -, Arango observa que o cabeleireiro artístico não segue essa prática, uma vez que submete sua arte ao bem-estar do cliente. Para a autora, isso confirmaria a centralidade do trabalho emocional no trabalho de embelezamento pessoal.

Arango constata haver supremacia dos cabeleireiros homens, tanto em estabelecimentos de zona alta como de zona média, embora tenha entrevistado mulheres que atendem na zona alta. Estas se denominam “cabeleireiras assassinas”, “transgressoras”, por romperem com a ética do serviço (cortam o cabelo do(a) cliente como elas querem numa sala sem espelhos). Na apresentação do salão, brincam com estereótipos, ao colocarem uma cadeira de barbeiro num ambiente rosa, o que faz, no entanto, com que o gênero continue sendo uma referência para sua atuação, ainda que seja para transgredir. Arango conclui que “o gênero atravessa e molda os discursos e práticas dos agentes e se expressa em suas concepções de arte em cabelo e estética” (Arango Gaviria, 2011, p.39).

Em Arango e Duque (2012) o objetivo é explicar como ocorre a construção social das profissões de cabeleireiro, esteticista e manicure em Bogotá, ressaltando a desigualdade sexual e social dentro do mercado de serviços de beleza pessoal. Com referência aos estudos de Millian Kang, Paula Black e Debra Gimlin, os autores retomam o instrumental teórico de Pierre Bourdieu sobre a constituição dos campos, tentando abordar as dinâmicas de dominação e diferenciação entre os profissionais dentro do campo da beleza. Também analisa a divisão sexual do trabalho na configuração do campo do trabalho sobre a beleza pessoal, com o auxílio das teorias feministas de Scott (1993) e Kergoat (2009).

No artigo em questão, apresentam dados amostrais sobre o universo dos salões de Bogotá, sobre os proprietários e trabalhadores, por sexo ao nascer, gênero, rendimento, grau de instrução e metragem do estabelecimento em que trabalham ou são donos. Ali também verificam a existência de uma clara divisão sexual do trabalho entre

as atividades, e uma vantagem econômica e de prestígio para o sexo masculino. Ainda que a maior parte dos proprietários de salões de beleza seja do sexo feminino, os salões maiores e com maiores rendimentos pertenciam a homens.

A análise das declarações da clientela entrevistada demonstra que a atribuição de qualidade é feita sob a mesma dinâmica androcêntrica. As mulheres prestadoras de serviço não corroboram a ideia de que um homem é melhor cabeleireiro que uma mulher, assinalando, ao contrário, que são capazes de realizar serviços com igual maestria. No entanto, é uma cliente feminina que diz, no texto, que um cabeleireiro homem, homossexual ou não, somente pelo fato de ser homem, é sempre melhor que uma cabeleireira mulher. Assim, demonstram que a divisão sexual do trabalho e a definição dos papéis de gênero são fatores de estruturação das diferenças e hierarquias dentro do campo dos salões de beleza.

Este ponto é analisado em mais detalhe em Arango, Bello e Ramirez (2012), em artigo cujo objetivo é analisar os usos e as motivações de clientes, homens e mulheres, na escolha dos estilos utilizados e do tipo de estabelecimento que frequentam. Aqui constatam que os serviços de beleza são o instrumento de produção de uma aparência, para marcar o gênero (segundo a concepção de Judith Butler, para quem tanto gênero quanto sexo são construções sociais) e a classe social de pertença. Com base no conceito de Teresa Lauretis, os autores afirmam ainda que a beleza é uma tecnologia de gênero, ou seja, “uma instituição prática e discursiva que constrói o gênero como processo e como produto da representação social e da auto-representação” (idem, p. 188).

Em Arango e Duque (2012b), os autores voltam-se para o sentido atribuído pelos próprios trabalhadores ao trabalho no salão e, nesse momento, reforçam o trabalho emocional e o *care* como **características centrais** do trabalho no salão de beleza, assim como em Arango Gaviria (2012a) e em Arango Gaviria (2013a). Em suas palavras,

> *De maneira similar a lo que ocorre en oficios de cuidado de la salud como la enfermería, el trabajo de belleza exige*

> *administrar la vulnerabilidad que supone la exposición de aspectos de la intimidad corporal del o la cliente sin afectar la dignidad de las personas*[57] *(Arango Gaviria 2012, p. 21).*

Assim, o trabalho na beleza pessoal está no campo multidimensional e transversal do *care*, tal como apresentado por (Hirata and Guimarães 2012). No entanto, esse trabalho emocional seria diferenciado, de acordo com a classe social do profissional e da cliente. Reportando-se ao debate sobre a autonomia do trabalhador no gerenciamento de suas próprias emoções, Arango afirma que a fragilidade em gerenciar as regras de sentimento das interações com os clientes se reflete na própria fragilidade da regulação desse ofício, também bastante informal na Colômbia.

Assim, ainda que o trabalho emocional seja adaptado ao *status* social da cliente, com provas de deferência e amizade exigidas pelas clientes de classes privilegiadas, essa relação pode criar ilusão no profissional, sobre a existência de relação de amizade entre ambos, o que o pode levar a uma decepção. Dessa forma, o trabalho emocional é realizado com limitações delicadas e negociadas. Quando o serviço é prestado para cliente de classe alta, há mais demanda de subserviência e mais trabalho emocional a ser realizado. Por outro lado, a autora afirma que em salões da zona média e popular, a proximidade em termos de condições de vida leva a uma relação de mais confiança e confidência com o cliente, exigindo menos cuidados do profissional no uso de sua linguagem e de seus gestos.

No seu mais recente artigo, desta vez sobre manicuras brasileiras, a autora observa o trabalho e conversa com as trabalhadoras em salões de beleza brasileiros “de bairro”, “luxuosos”, e “de serviços rápidos”, que “atendem clientela de classe média e alta, majoritariamente branca-mestiça – dentre as quais a autora se inclui – e que são o

[57] Tradução livre: “De maneira semelhante à que ocorre nas ocupações da área da saúde como a Enfermagem, o trabalho de beleza exige administrar a vulnerabilidade envolvida na exposição de aspectos da privacidade corporais da cliente sem afetar a dignidade das pessoas”.

público principal dos serviços de cuidado da aparência."[58] As diferenças entre eles referem-se à localização, ao preço dos serviços, à organização do trabalho e ao tamanho.

A pesquisa de campo de Arango mostra o que também me foi relatado por manicuras e clientes: é necessária a combinação de desempenho interacional, bom resultado estético, preço e localização convenientes, para que haja presença frequente de uma cliente em um mesmo salão.

> *La conquista de la fidelidad de la clienta requiere una combinación adecuada de pericia técnica, trabajo corporal y emocional. La "buena mano" de la manicurista, opuesta a la "mano pesada", requiere un dominio de los instrumentos (corta-cutícula, lima, pincel) que les permita obtener un resultado limpio, sin lastimar a la clienta y sin demorarse demasiado. Las manicuristas deben concentrarse en las uñas que están arreglando, buscando la colaboración de la clienta mediante el tacto y el diálogo. Si hay tensión, la tarea se dificulta y aumenta el peligro de una cortada. La relajación de la clienta expresa, en cambio, la confi anza que la manicurista ha logrado trasmitirle. Simultáneamente, las manicuristas deben estar atentas al bienestar general de la clienta, a su conversación, a su comodidad.*[59] *(p.117).*

Para melhor descrever o tipo de trabalho emocional que há no interior das equipes de trabalhadoras dos salões observados, Arango Gaviria propõe que há um trabalho emocional coletivo no salão, o qual é dividido em três subtipos de trabalho emocional: coletivo cooperativo, coletivo competitivo e coletivo defensivo (p.114). Segundo a autora, trata-se de um trabalho emocional de dimensão coletiva porque "é

---

[58] Tradução livre de "(…) que atienden clientelas de clase media y alta, mayoritariamente blanco-mestizas – dentro de las que me incluyo – y que son el público principal de los servicios de cuidado de la apariencia."

[59] Tradução livre: A conquista da fidelidade da cliente requer uma combinação adequada de perícia técnica, trabalho corpral e trabalho emocional. A "boa mão" da manicure, frente à "mão pesada" exige um domínio das ferramentas (de alicate, lixa, pincel) que lhes permita obter um resultado limpo, sem ferir a cliente sem demora também. As manicuras devem se concentrar nas unhas que estão sendo trabalhadas, buscando a cooperação do cliente por meio do toque e do diálogo. Se há tensão, a tarefa é difícil e aumenta o risco de um corte. O relaxamento da manifesta, no entanto, a confiança que a manicura conseguiu transmitir. Simultaneamente, manicuras devem estar atentas para o bem-estar geral da cliente na conversa, à sua comodidade.

realizado pelas trabalhadoras, as quais atuam sobre sua próprias emoções, as de suas companheiras, e as da clientela, em interações recíprocas".[60] (p.124).

O trabalho emocional cooperativo é encontrado nos salões de bairro, menores. Trata-se de um esforço coletivo na criação de um bom ambiente de trabalho, confortável para trabalhadoras e clientes, de forma a preservar a fidelidade das últimas, que, frequentemente, são moradoras do bairro assíduas há muitos anos no salão. As tensões entre as manicuras, na competição pela fidelidade das clientes, são aliviadas em nome de um ganho coletivo.

O trabalho emocional competitivo está presente nos salões de luxo, nos quais a autora relata a existência de vigilância de uma manicura sobre o trabalho da outra, ou sobre a maneira como a outra interage com as clientes. Isso ocorre com frequência entre manicuras jovens e as experientes. As manicuras experientes cuidam para não perder cleintes fiéis, enquanto as jovens demoram para conquistar as suas. Também nos salões de luxo é que Arango Gaviria observou trabalho emocional das manicuras para suportar situações indesejadas com clientes.

O trabalho emocional defensivo é mais observado nos salões de serviço rápido. Nas palavras da autora, nesses salões há a necessidade de

> *administrar el estrés y el cansancio generados por la presión del tiempo, la exigencia de un trabajo rápido y bien hecho, el ruido, el apiñamiento y su propio acaloramiento, controlando sus emociones para mantener una expresión amable y una actitud servicial ante la clientela. (p.122)*[61]

[60] Tradução livre de: "es realizado por las trabajadoras, las cuales actúan sobre sus propias emociones, las de sus compañeras de trabajo y las de la clientela, en interacciones recíprocas",

[61] Tradução livre: "administrar o estresse e o cansaço causado pela pressão do tempo, a exigência de um rápido e bem feito, o ruído, a aglomeração e seu próprio aquecimento, controlando suas emoções para manter uma expressão amável e uma atitude servil ante a clientela".

Esse artigo de Arango Gaviria sobre o trabalho de manicuras brasileiras será retomado na análise dos resultdos da minha pesquisa de campo, uma vez que versa sobre o mesmo assunto.

Todos os autores supracitados analisaram o trabalho de cabeleireiros e esteticistas. Além do último artigo citado de Arango, uma única pesquisa dedicou-se exclusivamente à análise do trabalho das manicuras e, nela, o trabalho emocional não é desenhado apenas como uma consequência da intimidade da interação (Hill e Bradley, 2010), mas também como uma componente obrigatória para clientes em salões de alto padrão. Trata-se da análise de Milian Kang, já citada, sobre o trabalho de manicuras coreanas em Nova York (Kang, 2010).

Kang está interessada em mostrar o quão complexas podem ser as relações sociais que atravessam esse trabalho, que exige "expertise técnica e habilidades emocionais para refinar reações fortes de clientes ao serviço em seus corpos"[62] (Kang, 2010, p.2). Menos concentrada na atividade e nas condições de trabalho da manicura, a autora demonstra que lidar com as diferenças sociais entre coreanas e americanas brancas e negras que surgem durante o serviço de manicure e ao mesmo tempo manter o conforto da cliente, é uma atividade delicada e específica que faz parte desse serviço.

Kang estuda o caso das coreanas pesquisando a fundo todos os estereótipos e ideologias que baseiam as expectativas das clientes a respeito delas. A autora está preocupada em demonstrar como diferenças étnicas e de classe social atravessam a valorização dos corpos no serviço de manicure, ainda que ele ocorra entre pessoas do mesmo sexo. É a partir deste pressuposto que a autora constrói o principal conceito de sua análise, o de "trabalho corporal" (*body labor*), já abordado.

Kang fez observações participantes em três tipos de salão em Nova Iorque, chamados por ela de "*Uptown Nails*", "*Artistic Nails*" e "*Downtown Nails*", escolhidos

[62] Tradução de "techinical expertise and adroit emotional skills to finesse strong reactions of customers to the servicing of their bodies"

pelo preço e tipo de serviço oferecido, sendo *Uptowns Nails* o mais caro e refinado e *Downtown Nails*, o mais simples e barato.

A análise das informações obtidas foi feita à luz da perspectiva de gênero sobre o trabalho feminino e com um olhar crítico sobre a inserção social das trabalhadoras coreanas no mercado de trabalho estadunidense. Assim é que a autora relembra a ideologia do "perigo amarelo", um pensamento social desenvolvido ainda no século XIX durante a chegada dos primeiros imigrantes asiáticos nos Estados Unidos, segundo o qual a presença de trabalhadores asiáticos era ameaçadora aos trabalhadores nativos e à sociedade como um todo, trazendo maus hábitos culturais. Segundo a autora, esse pensamento ainda está na base da legislação atual (2010), restritiva aos trabalhadores imigrantes.

Outra ideologia debatida pela autora é a da "minoria étnica bem sucedida". Kang observa que asiáticos são tidos como uma minoria bem-vinda porque gostam de trabalhar muito e não se importam em inicialmente ganhar salários baixos. A mesma ideia estaria presente em discursos de clientes americanas negras, que vêem nas coreanas o exemplo do imigrante omisso ou aliado da exploração dos brancos sobre os negros. Mas, se, por um lado, clientes negras revelam seus preconceitos com asiáticos, o contrário também ocorre. Kang não deixa de salientar que algumas manicuras coreanas confessaram não gostar de atender clientes negras, ou mesmo de negros em geral. Um dos motivos está ligado a essa mesma ideia de "minoria étnica modelo" atribuída a elas: os Estados Unidos são um país onde qualquer um pode conseguir ter uma boa vida, desde que trabalhe muito. O problema dos negros, aos olhos dessas coreanas, ávidas por aceitação social, é que eles seriam preguiçosos e boêmios demais.

De maneira bastante crítica, Kang relaciona essas ideologias às informações que obtém em campo e conclui que tanto o "perigo amarelo", quanto "a minoria modelo" atuam como ideologias de justificação da alocação das coreanas para o trabalho de manicure. Assim é que proprietários coreanos e outros proprietários americanos justificam baixas remunerações às manicuras – é preciso trabalhar duro para ganhar mais.

> *The model minority stereotype of Asians, and Koreans in particular, as successful, servile, and industrious takes on specially gendered dimensions in the niche of nail services. Pampering body labor intersects with racial discourses in ways that valorize the work ethic of Korean and other Asian immigrants and construct a specially gendered version of this discourse. (Idem, p.139)*[63]

A autora também observa que há uma reserva de mercado às coreanas, uma vez que os proprietários de salões coreanos preferem contratar pessoas da mesma nacionalidade. Isso se junta à ideia de que as coreanas têm o dom para trabalhar com o serviço de manicure, devido às suas características "naturais" de delicadeza. Kang demonstra, mediante depoimentos, o efeito perverso dessas ideologias, que fazem com que as coreanas não consigam pagar uma universidade ou não sejam bem recebidas em outros empregos, restando-lhes apenas esse trabalho.

A partir de suas observações em campo, de entrevistas com manicuras e com clientes, Kang constata um comportamento subserviente das manicuras coreanas, sendo mesmo algo esperado e procurado por suas clientes no salão mais chique. No salão da região central, de preço mais baixo, Kang verifica que não há essa exigência, e nem gorjetas. Para explicar o lugar das manicuras nessa relação entre cliente e profissional, a autora sugere o conceito de "*body labor*". Relembrando:

> *I use "body labor" to refer specifically to the commercialization of bodies and feelings in work on the body that involves a fee* [64]*(Kang, 2010, p.259).*

---

[63] Tradução livre: "O estereótipo de "minoria modelo" dos asiáticos, e dos coreanos, em particular, como minoria bem sucedida, servil e trabalhadora assume dimensões de gênero, especialmente no nicho de serviços de unhas. O trabalho de agradar o corpo intessecta discursos raciais de formas que estes últimos valorizam a ética de trabalho de coreanos e de outros imigrantes asiáticos e constróem uma versão especialmente de gênero deste discurso".

[64] Tradução livre: "Eu uso "trabalho corporal" para referir-me especialmente à comercialização de corpos e sentimentos no trabalho no corpo que envolve um pagamento"

O conceito de "*body labor*" é usado pela autora para demonstrar o quanto a raça, o gênero e a classe social são determinantes do tipo de experiência de trabalho que está posta para as manicuras coreanas. Em razão desses fatores é que elas são alocadas no trabalho de manicure, e não por uma escolha subjetiva livre ou por um dom natural, como alegam algumas clientes entrevistadas pela autora. A "escolha" das coreanas pela carreira de manicure é feita entre as poucas possibilidades à disposição, delimitadas por esses fatores sociais.

"Manicures", uma questão de saúde pública.

Quando utilizamos para pesquisa a palavra "unhas", "manicura" e "manicure" tanto em português como em inglês, francês ou espanhol ("nails, ongles" e "uñas", "manicure", "manicura", "manicurista" e "manucure") a maior parte dos artigos encontrados aborda os danos que podem ser causados pelos produtos e aparelhos usados no serviço de manicure, tanto em quem recebe quanto em quem o realiza.

Segundo o relatório de Tibbals (2002), desde 1980, diversos estudos de caso apontam que a substância Ethil Methacrylate, presente na maior parte das formulações de produtos para unhas, pode causar alergias se em contato com a pele. (Gjølstad, Thorud et al. 2006). Essa substância é utilizada como alternativa a outra (Methyl Ethacrylate), comprovadamente nociva, que foi banida em 1974, a pedido da Food and Drug Administration, devido a reclamações de usuários que tiveram oncólises (morte da unha), asma e irritações diversas. Trata-se de um debate que já vem desde os anos 1970, em que ainda não se chegou a um consenso. Enquanto diversos artigos comprovam a nocividade de diversas substâncias, outros sugerem que sua aplicação por um profissional, seguindo determinados procedimentos, podem evitar os danos à saúde, sendo essa a posição atual da NIOSH, o Instituto Nacional de pesquisas em Saúde e Segurança Ocupacional dos Estados Unidos conforme Amy Beasley et al. (1997).

No entanto, frequentando diversos tipos de salões em São Paulo e conversando com clientes, o que se observa é que a maior parte das manicuras e clientes brasileiras

não aprecia a unha pintada quando há espaço entre a pintura e a cutícula, sendo comum o procedimento de passar esmalte para além da cutícula e depois tirar os excessos, justamente para que nenhum espaço fique descoberto entre unha e pele. Não foi raro ver manicuras utilizarem a própria unha do dedo polegar para tirar esses excessos, tanto em São Paulo quanto em Montréal (mais raro). Outras usam o palito de madeira e depositam no próprio punho o excesso de esmalte que fica no palito. Dessa forma, as substâncias citadas acima tocam a pele da cliente e ainda mais a da manicura, devido ao seu maior tempo de exposição e contato com os esmaltes, assim como os riscos de transmissão de fungos se tornam maiores com o uso das próprias unhas na cutícula da cliente

Em 1999, a Niosh analisou o uso de Ethyl Mehacrylate e descobriu que mesas de manicure que possuem ventilação diminuem os efeitos da exposição da profissional à substância. Porém, ainda que outros estudos demonstrem efeitos nocivos à saúde das pessoas, devido à inalação ou contato com a pele, a agência não estabeleceu nenhuma proibição à exposição ocupacional a essa substância, indicando somente a utilização de uma mesa com ventilação adequada e listando hábitos a que os profissionais devem aderir de forma a diminuir a exposição a ela (Amy Beasley et al. 1997; “CDC - Nail Technicians’ Health and Workplace Exposure Control - NIOSH Workplace Safety and Health Topic”, 2013). No entanto, observei situações de trabalho bastante diversas dessa. A ventilação tópica é evitada pelas manicuras, que chegam a desligar ventiladores do salão para passar o esmalte nas unhas, alegando que o vento produz pequenas bolhas, estragando a pintura.

Quach et al. (2011) reportam análises das exposições a produtos químicos, de trabalhadoras vietnamitas em salões de beleza. De fato, voltado para o trabalho das manicuras, o estudo analisa não somente as quantidades de produtos encontradas no ar, mas observa características demográficas e sociais das trabalhadoras e o uso de equipamentos de proteção individual (máscaras, luvas) e de proteção coletiva (ventilação do salão). É o artigo que mais informa sobre o trabalho das manicuras estadunidenses, em média de 35 horas semanais, com jornadas não muito maiores do que oito horas diárias. É também o único artigo que relata ter conversado com as trabalhadoras, trazendo o importante dado de que um terço das entrevistadas afirmou

possuir algum dos sintomas relatados por outros artigos, como irritação no nariz, dores de cabeça, náuseas, ou algum problema de respiração. Esse estudo encontrou índices de concentração de substâncias nocivas no ar maiores do que os limites tolerados pelas instituições concernentes à saúde pública e ambiental.

Chen, Chimento *et alli*. (2012) analisam o recente método de pintar as unhas que oferece maior duração do resultado, o "gel polish" (unhas de gel, popularmente conhecido no Québec como "shellac"). Os autores verificaram que ele deixa as unhas mais finas e frágeis, ao contrário do que afirmam muitos clientes e manicuras sobre a técnica, que é vendida como fortalecedora de unhas. Madnani and Khan (2012), em revisão de literatura, informam quais substâncias, em esmaltes, removedores de esmaltes, e esmaltes de gel causam alergias dermatológicas, problemas respiratórios – como diminuição da capacidade de respiração – e asma ocupacional. O artigo também lista os danos que podem ser causados pelos procedimentos de aplicação e remoção do esmalte, como a fragilização e mesmo a morte da unha (oncolisis). Outro estudo (Kiec-Swierczynska, Krecisz, and Chomiczewska-Skora, 2013) confirma que os acrilatos presentes nas formulações de cosméticos podem causar alergias ou irritabilidade cutânea.

De acordo com Alaves et al. (2013), os esmaltes contêm vários tipos de compostos orgânicos, voláteis e tóxicos, na forma de solventes, resinas, adesivos, plastificantes e ácidos, que podem causar danos à saúde. Entre os mais perigosos, está o formaldeído, que é comprovadamente carcinogênico de acordo com a NIOSH. No Brasil, Lazzarini (2006) em pesquisa sobre sensibilidade ao formaldeído e agentes relacionados, em sujeitos de profissões diversas, teve o seguinte resultado: "A dermatite de contato ocupacional representou 10% dos casos e o formaldeído foi o agente mais importante. As manicuras foram as profissionais mais afetadas e, nesses casos, a resina toluenossulfonamida-formaldeído foi o agente mais freqüente (...)". Como causa de dermatite de contato, a pesquisadora encontrou quatorze dermatites ocupacionais em sua amostra, dentro das quais 36% referiam-se a manicuras.

Outro tema frequente é o risco da transmissão de infecções; Winthrop et al. (2004) verificaram que mulheres que faziam a pedicure habitualmente tinham mais

riscos de contrair micoses de rápida proliferação. Sobre outros tipos de ameaças à saúde dos trabalhadores, entrevistaram 71 profissionais de salões de imigrantes vietnamitas, localizados em Boston, e verificaram relatos de dores de cabeça, distúrbios osteo-musculares, problemas de pele e irritações respiratórias, associados à baixa qualidade do ar (poeiras e cheiro forte de substâncias químicas) e ao ruído no salão.

Alguns artigos abordam a conduta da profissional manicura como fator de transmissão de doenças. Em survey de 1992, em Noth York, no Canadá, Johnson (2001) verificou que 60% das manicuras entrevistadas não realizavam adequadamente procedimentos de desinfecção dos materiais, utilizando apenas álcool, o que – já é comprovado – não é eficaz.

No Reino Unido, Harris-Roberts et al. (2012) analisaram como os empregados de salões de beleza compreendiam e aplicavam as recomendações legais para prevenir riscos ocupacionais. Os autores avaliaram os impactos da campanha “Bad Hand Day?” promovida pelo Health and Safety Executive (HSE), órgão de prevenção e inspeção de riscos ocupacionais. Com a participação de profissionais de vigilância sanitária, verificaram em salões de cabeleireiros, salões de manicuras e salões que possuíam os dois serviços se eles seguiam as recomendações contidas nos instrumentos produzidos pelo mesmo instituto (Great Britain and Health and Safety Executive, 2001). Basicamente, os itens verificados foram: se compravam produtos que não estavam associados a riscos químicos, se utilizavam luvas, preferencialmente que não fossem de látex, se havia incentivo da gerência a práticas preventivas, se havia gerenciamento de risco, ou seja, se os empregados haviam sido treinados para pôr em execução medidas de saúde e segurança, se o ambiente do salão era limpo e bem ventilado, entre outras medidas.

Os resultados mostram que, dentre todos os salões visitados, dois quintos dos empregados compreendiam e seguiam tais recomendações. Entre os salões em que os empregados receberam treinamento em saúde e segurança, 88,9% compreendiam e aplicavam medidas de saúde e segurança, mostrando que o treinamento possui alto impacto na diminuição dos riscos ocupacionais.

No Brasil, em São Paulo, Oliveira e Focaccia (2010) realizaram um estudo, para analisar as informações que as manicuras tinham acerca dos riscos de transmissão de hepatite B ou C ao tirar a cutícula da cliente e quais medidas tomavam sobre o assunto. Os autores pediram para cem manicuras de todas as regiões da cidade responderem um questionário e também observaram as condições de limpeza e esterilização dos instrumentos nos salões de beleza em que trabalhavam. Verificaram que 72%% das manicuras não sabiam que os pequenos sangramentos que podem ocorrer durante a retirada da cutícula podem transmitir a hepatite B ou C e que apenas 3% sabiam quais eram as medidas de prevenção da hepatite C. Com relação aos instrumentos, apenas 7% sabiam como esterilizá-los corretamente e muitas os utilizavam em si mesmas, aumentando as chances de transmissão de doenças entre elas e a cliente. De fato, Moraes JT (2012) observou que uma em cada dez manicuras continham indicadores sorológicos de hepatite B ou C, confirmando o diagnóstico alarmante de Oliveira and Focaccia (2010), ao verificar que apenas 1,1% dos profissionais de 127 estabelecimentos pesquisados sabiam fazer corretamente a esterilização dos instrumentos.

Com o objetivo claro de verificar os procedimentos de biossegurança adotados por manicuras e tatuadores, Cortelli (2012) realizou vinte entrevistas em estabelecimentos localizados no centro de Jacareí, cidade do interior do estado de São Paulo, utilizando questionários. Embora 55% dos seus quarenta entrevistados (trinta eram manicuras) tenham realizado treinamentos, verificou que os procedimentos observados continuavam a favorecer a transmissão de doenças. Entre as ações favorecedoras do contágio, a autora encontrou a reutilização de materiais descartáveis, armazenamento inadequado de materiais já esterilizados, e o fato de nem todos os locais disporem de pia para a lavagem das mãos e, mesmo, de local para a realização correta da esterilização dos instrumentos. Ainda nesse ponto, a autora constata que não é feita a manutenção dos aparelhos de esterilização, que nem sempre são os corretos. O método de esterilização mais eficaz e indicado pela ANVISA é o do vapor saturado sob pressão, feito na autoclave. Mas, em sua pesquisa de campo, Cortelli encontrou diversos tipos de aparelhos nos salões, desde estufas com termostato até forninhos sem indicação de temperatura.

Diante desse cenário de procedimentos realizados erroneamente pelos trabalhadores dos salões, Cortelli conclui que é necessário que haja a obrigatoriedade de formação profissional para os serviços de manicure, tatuagem e maquiagem definitiva, mas a própria autora também informa que, do total de trinta manicuras entrevistadas, dezoito haviam passado por algum tipo de treinamento. De seu ponto de vista, isso poderia ser explicado pela ênfase dos cursos nas técnicas de embelezamento e não nas questões relacionadas à biossegurança.

Para Cortelli (2012), a obrigação legal de um curso de formação profissional, com diretrizes estabelecidas, é fundamental para que seja melhorada a biossegurança no trabalho de manicuras, tatuadores e maquiadores, pois o principal problema é o desconhecimento de técnicas adequadas, além de uma baixa percepção de risco. Assim, ressalta que a referência técnica tornada disponível pela ANVISA, sobre como devem funcionar os serviços de estética, não tem valor legal, "sendo apenas material de referência para que estados e municípios elaborem e instituam legislações locais".

Assim como ocorre na maior parte dos estudos brasileiros, Cortelli também não utilizou entrevistas com proprietários e gerentes dos estabelecimentos pesquisados, de forma que não se sabe se eles têm algum conhecimento sobre biossegurança ou alguma percepção de risco. Como vi em minha pesquisa de campo, esse tipo de conhecimento não é um critério avaliado na contratação das manicuras, segundo três proprietários e a maior parte das manicuras entrevistados por mim.

Também chama a atenção o fato da maior parte dos estudos não ter observado as condições contratuais de trabalho dos entrevistados e o tempo de que dispunham em suas jornadas para a realização dos cuidados necessários. A reutilização de materiais poderia, então, ter sido explicada pelo fato de os salões que pagam seus trabalhadores por comissão sobre serviços prestados deixarem para os trabalhadores a compra de materiais de toda ordem (excetuando equipamentos).

É de se notar como entre os artigos sobre saúde ocupacional, nenhum utilizou alguma abordagem sobre a organização ou o processo desse trabalho. Os artigos se concentraram na observação das condições ambientais de trabalho (Yin e Pryor, 2012; Galliote et al., 2008), e no comportamento dos trabalhadores, (Johnson, 2001; de

Oliveira e Focaccia, 2009; Cortelli, 2012). A ausência de conhecimentos técnicos das manicuras e as suas ações de baixa percepção de risco foram abordadas em quase todos os artigos lidos sobre salões de beleza e saúde. Predominantemente, sugerem a realização de cursos e treinamentos para os trabalhadores como a principal solução para o problema da desinformação e o uso perigoso dos instrumentos de trabalho. Embora essa seja uma demanda reconhecida pelas representantes sindicais entrevistadas, deve-se destacar que poucos desses artigos procuraram gestores e nenhum utilizou entrevistas com proprietários de salão como material de pesquisa. As sugestões de cursos e treinamentos foram, então, desenvolvidas apenas para as trabalhadoras de salões.

Não verifiquei artigos que tenham averiguado se as clientes de salões de beleza estão cientes dos riscos para saúde a que estão submetidas e se se preocupam em escolher o salão de acordo com os métodos de esterilização oferecidos. Tal procedimento seria proveitoso para confrontar com meus dados de pesquisa: pouquíssimas clientes por mim entrevistadas relataram conhecer o método de esterilização adotado pelo salão que sempre frequentavam, quase nenhuma oferece o seu próprio alicate para a manicura, e poucas sabiam que era possível a transmissão de AIDS e de diversas doenças cutâneas pelos instrumentos usados nas unhas.

A partir da revisão desses artigos, vê-se que a organização do trabalho, a relações de emprego, o controle das atividades de trabalho e a forma de remuneração não são consideradas como variáveis – sequer são citadas pelos estudos sobre riscos ambientais, biológicos, e mesmo nos estudos sobre saúde ocupacional. Com efeito, em todos os estudos analisados sobre o salão de beleza, apenas Arango et al (2010, 2012, 2013) e Cohen (2010) – em estudos que não são específicos em saúde e segurança do trabalho - consideraram em suas análises o contrato de trabalho estabelecido nos salões, a relação da profissional com a cliente e com seus chefes, e a organização do trabalho.

Na Coordenação de Vigilância em Saúde do Estado de São Paulo, está em andamento a elaboração de uma norma de fiscalização e vigilância das atividades em salões de beleza, relacionada ao uso de formaldeído. Embora haja a presença dessa substância nos esmaltes, a norma em questão abordará apenas os casos de liberação no ar da substância, mais comuns, quando do seu aquecimento, em procedimentos de

alisamento capilar. Ainda não há nenhuma norma de vigilância em relação às resinas utilizadas na pintura de unhas, no alongamento ou na aplicação de unhas de gel, embora os artigos supracitados comprovem que o seu uso ocorre com ameaças à saúde das manicuras.

Além dessa literatura que mostra os diveros riscos, existentes nos salões de beleza, à saúde e à segurança de clientes e trabalhadores, há artigos que ressaltam o salão de beleza como um lugar de promoção de saúde pública, como excelente local de divulgação de boas práticas de saúde, devido às possibilidades de sociabilidade encontradas entre os profissionais da beleza e seus clientes.

Furman (1997), Black (2004), Paulson (2008) e Bouzón (2010) assinalaram benefícios que a sociabilidade encontrada nos salões de beleza podem trazer à vida social e psíquica de seus frequentadores, assim como Gimlin (2002), Hill e Bradley (2010) e Arango et al (2012) ressaltaram os sentimentos de satisfação e reconhecimento obtidos pelos profissionais do salão em seus trabalhos. Isso significa que, com cuidados aos riscos ambientais, o salão pode ser local de promoção do bem-estar não somente para os seus clientes, mas também para os seus profissionais.

A saúde segundo as manicuras entrevistadas.

Durante as entrevistas, perguntei às manicuras se elas sentiam alguma dor ou incômodo corporal de qualquer tipo. Após a resposta, perguntava-lhes se achavam que alguma dessas dores estava relacionada com o trabalho. Pelo pequeno número de manicuras entrevistadas, não é possível relatar porcentagens dos tipos de dores mencionadas, mas vale a pena comentar o que elas disseram.

Em primeiro lugar, é notável que nenhuma manicura tenha dito não sentir nenhum tipo de dor cotidianamente. Todas citaram algum tipo de incômodo e, não raro, que sentiam dores durante o trabalho. No entanto, nem sempre faziam a relação causal entre as dores e os incômodos com o trabalho. Entre as dores que acreditavam causadas pelo trabalho, a mais mencionada foi a dor na coluna.

> *Tenho muita dor nas costas. Dor nas costas e no braço que eu uso para trabalhar, o direito. De ficar muito tempo com as costas curvadas. O tempo inteiro usando a mão com o alicate. Trabalho repetitivo. (manicura Priscila).*
>
> *Já aconteceu de eu ter de comprar um "salompas" para colocar, ou de eu estar trabalhando e fazendo automassagem (manicura Carolina)*

Muitas manicuras relataram ter alergia a esmalte (incluindo aquelas que conversavam comigo no salão), manifestada com coceira, tosse ou escoriações intranasais. Uma manicura citou que tinha dores nos dedos devido a uma já diagnosticada síndrome de túnel do carpo e outra mencionou dores nos ombros e tendinite. Também outra citou que tinha dores nos rins, por não ir com frequência ao banheiro, e dores no joelho, por este servir de apoio para as pernas das clientes. Foram citadas também dores de cabeça, no fim do dia, e dores em toda a coluna. Mais de uma manicura relacionou as dores de coluna à qualidade do carrinho (a cirandinha) em que trabalhavam. Alguns não tinham encosto e outros não tinham regulagem de altura das mesas acopladas.

Em relação ao contágio de doenças, apenas uma manicura mencionou não ter tomado a vacina contra hepatite e que não se preocupava em tomar. Ela atendia poucas clientes e apenas em sua casa, e acreditava que nenhuma cliente sua poderia transmitir-lhe alguma doença.

O dado de Cortelli (2012) sobre a resistência ao uso da luva é confirmado aqui. Os equipamentos de proteção individual disponíveis no mercado para as manicuras não foram bem acolhidos pelas entrevistadas. O motivo mais citado para a rejeição ao uso da luva descartável foi que ela atrapalhava os movimentos com o alicate, como cita Priscila:

> *Luva eu uso raramente. E máscara não, nunca usei. Eu me sinto presa com a luva. Ela dificulta um pouco o trabalho. Por isso que quase eu não uso.*

Uma manicura citou ter alergia ao material interno da luva. Já a máscara é deixada de lado porque esquenta a face e provoca suor. Uma proprietária relatou que coloca os materiais à disposição, mas que as manicuras preferem não o usar. Entre os salões visitados em São Paulo, em apenas dois (um salão de alto padrão e uma esmalteria) as manicuras utilizavam luvas e máscaras em todos os atendimentos. Uma saída citada pelas manicuras para driblar o desconforto da máscara é o seu uso apenas no momento de lixar as unhas.

Um dado que se tornou interessante, por ter sido repetido por várias manicuras que me atendiam enquanto conversávamos sobre dores do dia a dia, foi o da irritação nos olhos após um dia de trabalho muito cheio. Em entrevista, duas manicuras citaram ter tido conjuntivite num grau mais forte do que os quinze dias habituais das crises resultantes de surtos e epidemias:

> *Logo que eu entrei [no salão], eu tive uma conjuntivite muito forte, e você fica quase sem enxergar. (…) Eu fiz tratamento, coloquei um colírio, a minha conjuntivite é crônica, que ela vai e volta. (…) Então às vezes meu olho começa a embaçar. (…) de forçar a vista quando eu trabalho muito, no final do dia está ardendo, fica vermelho... (Manicura Carolina).*

> *A única coisa que eu tenho um problema, sério mesmo, é com a minha visão, porque tive uma conjuntivite muito forte por um mês e foi nos dois olhos, então minha vista hoje é muito ruim. Eu tenho de usar óculos porque não consigo mais fazer unha sem. E eu não enxergo muito bem de perto, só de longe. (…) Acredito que nem tanto a unha mas foi a conjuntivite que acabou com a minha vista, porque meu rosto inchou, fiquei totalmente deformada. O médico ficou passado quando ele me viu, e falou que nunca vira uma conjuntivite como a minha, não sei o que aconteceu aqui, então por um mês foi muito sofrimento mesmo. (Manicura Patrícia)*

O trabalho emocional e os riscos à saúde

A partir dos relatos das manicuras e das observações em campo, a interação entre elas e as clientes é fonte de dissonância emocional - isto é, de diferença entre a emoção sentida e a que se deve demonstrar - mais entre as manicuras que trabalham dentro de uma relação de emprego subordinada do que entre trabalhadoras autônomas. Cohen (2010) também observou que as relações de emprego possuem forte influência sobre o tipo e a intensidade da execução do trabalho emocional. Mas, no caso pesquisado pela autora, a ausência da relação de assalariamento tornava cabeleireiras mais dependentes do trabalho emocional para manter uma remuneração estável e suficiente, aumentando a sua intensidade, que, no caso, era a da atuação profunda. No entanto, é preciso notar que a relação de assalariamento observada por Cohen era de fato real: havia garantia de ganho fixo por mês.

Em nosso caso, aparentemente, há um resultado inverso. As manicuras realmente autônomas, que não estão subordinadas a nenhum patrão, estavam menos sujeitas à dissonância emocional, isto é a sentir uma emoção que não poderiam demonstrar, ou a ter de demonstrar uma emoção que não sentiam, ou que era oposta à sentida. Como a maior parte delas trabalhava em domicílio ou em um espaço próprio, as clientes eram indicadas umas pelas outras, o que aumentava a confiança entre ambas. Com a confiança mais fortalecida, havia mais intimidade entre manicura e cliente, e mais conhecimento da expectativa uma da outra. Além disso – e talvez por isso – as manicuras autônomas citaram ter afinidades com suas clientes, como se uma e outra se tivessem escolhido mutuamente.

A autonomia sobre o modo de trabalhar é maior para a manicura autônoma do que para a que é empregada (legalmente ou não) em um salão de beleza. Com isso, a manicura autônoma, se quiser, pode evitar clientes que a desagradem. Porém, novamente seguindo a observação de Cohen (2010), é necessário lembrar que muitas das manicuras autônomas não se sustentam com esse trabalho; elas não dependem dos rendimentos dessa atividade, e nesse sentido, não é tão importante buscar o aumento do número de clientes fiéis. Ainda assim, em minhas entrevistas com manicuras proprietárias de seus próprios espaços de trabalho, era mais recorrente a menção de

relacionamentos de anos com clientes, e até mesmo de amizades que ultrapassavam o ambiente do salão. A interação de serviço só foi fonte de dissonância emocional quando ela ocorreu dentro de uma relação de emprego de subordinação, isto é, quando havia uma relação triangulada de serviço: trabalhador, cliente e gerente (ou proprietário do estabelecimento). Mas isso não significa dizer que as manicuras autônomas não estejam sujeitas a clientes ruins, que lhes dirijam maus tratos. A diferença é que, tendo autonomia sobre a sua performance interacional, elas podem atuar como quiserem para defender-se de conflitos com clientes.

COMENTÁRIOS GERAIS

Como é possível perceber, a manicura está ausente dos livros e artigos que discutem o salão de beleza, as exceções sendo representadas por Paulson (2008), Bouzón (2010) e Kang (2003,2010). Todavia, os problemas apontados pelos estudos em relação às profissões de cabeleireiro e esteticista podem ajudar a explicar os da manicura.

Gimlin (2002) conclui que são os estereótipos associados ao salão de beleza que fazem com que se questione o *status* profissional do cabeleireiro, e não a ausência de qualificação, pois a atividade atende o principal critério formal de uma profissão, que é o de ter uma formação própria obrigatória. Em nosso caso de análise, tal razao já não pode ser alegada, pois nem no Brasil e nem no Quebéc há obrigatoriedade legal de cursos para realizar o serviço de manicure[65].

Muitas das conclusões de Kang sobre o trabalho das manicuras coreanas vão ao encontro das que apresento aqui sobre as manicuras brasileiras, embora a atividade de

[65] No caso do Quebéc, é obrigatório possuir um diploma de técnica em unhas ou de esteticista para poder comprar produtos profissionais para unhas. Também para manter em funcionamento um salão de beleza, é preciso ter uma licença específica de funcionamento de salões de beleza, que consiste no pagamento anual de um seguro para acidentes. Contudo, para trabalhar em um salão, usando os produtos do salão, não é necessário diploma.

trabalho analisada por Kang seja muito diferente da que é mais frequente no Brasil. Aqui ainda são poucos os salões que oferecem apenas os serviços de manicure, como são os salões observados pela autora em Nova York. A análise é esclarecedora sobre a influência das relações sociais de raça, sexo e classe na vida das trabalhadoras coreanas. A autora coloca em evidência uma parte invisível do trabalho da manicura, o trabalho emocional, o que a leva a demonstrar uma das especificidades de sua atividade, o trabalho corporal. De fato estas são contribuições essenciais para explicar as condições de trabalho das manicuras, sejam ou não coreanas.

O conceito de *body labor* é central na análise da autora do que seria o serviço de manicurar. Para Kang, mais do que trabalho emocional, quando o trabalho tem uma parte do corpo como alvo, há algo além. No entanto, falta ainda definir no que o "trabalho corporal" do tipo "*body labor*" é diferente heuristicamente do conceito de Hochschild de "trabalho emocional", em relação ao qual a autora também menciona o uso do corpo, não só na manutenção de uma aparência física como também no toque ou no uso do sorrir, do chorar, e de outras manifestações corporais. Talvez a contibuição heurística do conceito de Kang seja a de apontar que a trabalhadora deve usar a corporeidade para voltar-se ao cuidado do(a) cliente e corresponder às suas expectativas, formadas pela estrutura simbólica agregada ao corpo da manicura, corporeidade essa, entendida como aprendizado social sobre como colocar o corpo em uma interação. Considerando esse sentido, posso afirmar que há *body labor* nas manicuras que observei no Brasil e posso dizer ainda que elas declararam lidar com seus corpos de uma maneira específica para essa interação de serviço. É o que pretendo demonstrar ao relatar a discussão promovida pelas entrevistadas sobre a interação corporal.

Kang não teve o objetivo de produzir uma explicação do processo de trabalho do serviço de manicuras coreanas em Nova York e, dessa forma, a autora não se presta a descrever as atividades desempenhadas por essa profissional, e nem aborda o contrato que rege essa relação de emprego e a forma como as manicuras são remuneradas.

A tese a ser trabalhada aqui é a de que as regras de uma interação entre manicuras e clientes, e as relações sociais que motivam a existência dessas interações

não são explicadas sem investigar como ocorre a manutenção dessa relação de trabalho, isto é, sem associar a atividade de trabalho com o seu emprego, a forma como são feitos o contrato e a remuneração dessas profissionais. Seria apenas o fato da manicure ser imigrante que a faz ser mal paga? Se Kang tivesse observado manicuras americanas brancas trabalhando para clientes americanas brancas, haveria trabalho emocional e trabalho corporal não pago, como a autora constatou entre manicuras coreanas e clientes americanas brancas e negras? Seria diferente a maneira de execução do trabalho? Seriam observadas melhores condições de trabalho? Como explicar que mesmo entre manicuras de uma mesma nacionalidade, como no Brasil, este seja um trabalho pouco valorizado monetariamente, de baixo *status* social e, mesmo, estigmatizado, como vimos nas produções ficcionais televisivas?

Neste sentido, os artigos de Arango *et. al*. aproximam-se dessas respostas, ao evidenciarem os fatores estruturantes das posições dos agentes no campo de salões de beleza em Bogotá. A análise da autora sobre a influência das relações de gênero estende-se ainda ao sentido atribuído pelos trabalhadores e pelos clientes aos serviços que recebem. Arango *et al* (2012) demonstram como o gênero, a classe social e a etnia do profissional e da cliente têm grande peso sobre como o trabalho é executado, notadamente na localização do salão. A autora também se insere no debate sobre a execução de trabalho emocional nos serviços de beleza e aprofunda a ideia de que o trabalho emocional é explicativo da atividade de trabalho da manicura ao criar subtipos de trabalho emocional para melhor compreendê-la (trabalho emocional cooperativo, trabalho emocional competitivo e trabalho emocional defensivo, p.114).

Cohen (2010) foi o único artigo que conferiu peso às relações de emprego como fator que influencia o trabalho emocional realizado por cabeleireiros. Como se pretende-se demonstrar, essa é uma pista fértil, que também resulta em frutos em minha análise. A luta pela fidelidade das clientes ocorre em meio a um trabalho que é remunerado diretamente pela demanda do mercado. Sem cliente, sem ganho. Mas enquanto Cohen observou trabalhadores de fato assalariados por hora e outros de fato autônomos – e não trabalhadores subcontratados (idem, p.213), no caso desta pesquisa não é possível fazer tal separação.

Com efeito, reconheço as características apontadas por Arango e Kang, em minhas observações das manicuras em salões; mas, como espero conseguir demonstrar, para compreender o que a manicura mobiliza em si e na interação para realizar seu trabalho, é preciso sair do palco do salão e da casa da cliente e penetrar nos bastidores de seu trabalho, nas motivações, nas resoluções que ela traz de sua vida. Em busca desse valioso e delicado material de pesquisa é que foi necessário empreender os procedimentos metodológicos explicitados a seguir.

2. A PESQUISA E A FORMAÇÃO DE UM QUADRO DE ANÁLISE

O caráter duplo da atividade de trabalho na sociedade capitalista - de produtora da realidade social e de mercadorias - não pode ser esquecido no momento em que tentamos apreendê-la. Assim, a pura observação da interação ocorrendo em um salão não me parece suficiente para conhecer as relações e os elementos dessas relações que fazem esse trabalho de manicurar. É preciso buscar os bastidores dessa interação, isto é, aquilo que é interdito aos olhos do(a) cliente.

A relação comercial é uma condição que define a interação de serviço e, por isso, não é possível dizer que haja demonstração das emoções no trabalho desvinculada dessa relação, como mostrou Cohen (2010). Da mesma forma, para que as manicuras pudessem falar livremente, seria necessário sair da situação da interação comercial de serviço, ou seja, a pesquisadora não poderia ser uma cliente.

Assim, foi essencial e definitiva a obtenção das falas das manicuras em condições que lhes proporcionassem confiança em mim e no meu trabalho[66]. Isso significa que conversei com essas profissionais fora dos seus horários e de seus locais de trabalho, longe de seus patrões e gerentes, sem oferecer nenhum tipo de pagamento pela entrevista, sem nenhum registro visual, e oferecendo-lhes a garantia do anonimato. Uma exceção a essas regras ocorreu quando a manicura era proprietária de seu próprio espaço e nele trabalhava sozinha, tendo-o feito o local de sua escolha.

A decisão de sair do lugar da cliente para ouvir as manicuras foi também uma lição das primeiras entradas de campo. A situação que promovia o acesso mais rápido e fácil à observação do trabalho de uma manicura era marcar um horário e ser atendida em um salão de beleza. Saindo do salão, o costume era atualizar meu diário de campo, no qual escrevia sobre o atendimento que me era dispensado, do momento da marcação

[66] O trabalho como objeto de pesquisa exige cuidados metodológicos específicos, e essa é uma das grandes preocupações da Análise Coletiva do Trabalho, método estabelecido por Ferreira, L.L. (1993; 1998; 2011). O método tem sido utilizado em diversos estudos sobre a relação entre trabalho e saúde, como Pacheco (2010); Santos (2003); Ferreira et.al (1994); e outros. Dele vêm as prerrogativas citadas.

do horário até a finalização do serviço, o ambiente, o preço, o comportamento da manicura, o perfil das clientes à minha volta. Eu buscava observar as regras da interação, ainda muito imersa na hipótese inicial desta tese.

Essa situação não serviu para colecionar falas que eu pudesse apresentar aqui, pelo motivo óbvio da falta de consentimento da manicura, que não sabia estar diante de uma pesquisadora. Sabia, sim, estar diante de uma observadora do seu trabalho, pois isso é coisa que as clientes fazem, e que vi, de fato, muitas clientes fazerem, ao meu lado.

Essa situação tampouco serviu para que eu soubesse como me aproximar de uma manicura e obter dela um relato sobre o seu trabalho. Como muitas outras, esta pesquisa de campo envolveu ultrapassar barreiras; aqui, a barreira principal foi justamente a que existe entre o cliente e o prestador de serviço, a própria relação comercial. De maneira muito ingênua, pensei que, depois de já ter frequentado diversos tipos de salões de beleza - grandes, pequenos, muito caros, de regiões centrais e de periferia, de bairros residenciais e de *shoppings* -, eu conseguiria entabular uma conversa agradável com a profissional e, no meio dela, convidá-la a dar-me uma entrevista. Mas não foi o que aconteceu. Essa fase serviu mais para aprofundar minhas expectativas sobre como seriam as entrevistas com as manicuras, quando eu me apresentasse diretamente como pesquisadora.

Infelizmente, descobri isso deixando uma manicura em apuro. Eu havia "marcado unhas" num salão indicado por uma amiga. Pensei que se chegasse como amiga de uma cliente conhecida, seria recebida com mais facilidade. Mas a manicura em questão não estava no salão no momento, e acabei sendo levada para a casa de outra moça, que poderia fazer minhas unhas então. Para esta, decidi revelar-me antes do início do serviço: disse que estava fazendo uma pesquisa para o meu doutorado em Sociologia, na Universidade de São Paulo, e que precisava conversar com manicuras sobre seus trabalhos. Eu iria fazer minhas mãos com ela, mas queria fazer perguntas sobre como era o trabalho nessa profissão, as condições para quem trabalha, a relação com o cliente, as possibilidades de ganhar dinheiro, etc.

Então, sem que eu perguntasse, a manicura Andréia[67] imediatamente começou a dizer que tinha feito curso no Senac, que gostava muito de trabalhar nesse ofício, e que sempre deixava seu material muito limpo. Sem que eu nada dissesse, informou-me que era amiga de suas clientes e que gostava muito de todas. Aceitei as informações e perguntei do que ela mais gostava nesse trabalho. Ela explicou que se relacionava bem com as clientes, que sempre tinha um bolinho a oferecer-lhes (ela atendia na sala de sua residência), que as recebia como se estivesse recebendo amigas em casa. Para deixar a conversa mais amena, falei sobre a conhecida que tínhamos em comum, e então tudo ficou mais leve. Mas ela pouco olhava para mim e procurava apressar o serviço. Quando acabou, minhas mãos estavam muito bem manicuradas. Deixou-me seu cartão e disse-me para voltar. Saí de lá pensando que eu a havia deixado tensa, que talvez ela tenha imaginado que eu estivesse avaliando o trabalho dela. Hoje, depois de ter frequentado um curso para ser manicura, e de já ter tido uma cliente, sei, quase com certeza, que ela estava muito tensa, e que tinha bons motivos para isso.

Andréia mostrou-me que eu tinha de sair da posição de cliente para conseguir uma conversa leve e ao mesmo tempo profunda sobre esse trabalho. É como pedir a um professor que diga a um aluno como faz para conseguir que a classe o respeite. Ou, enquanto paciente, pedir para um médico relatar como trabalha, quando percebe que o paciente está escondendo um hábito ou exagerando um sintoma. Por mais pesquisadora, estudante de pós-graduação, simpática e educada que eu fosse, ou parecesse ser, enquanto fosse uma cliente, eu não seria um ouvido confiável para nenhuma manicura.

Observando como, no salão, as manicuras ouviam detalhes da vida privada – até íntima – de suas clientes, e de como isso as ajudava a saber como proceder com cada uma, notei que bom atendimento não é sinônimo de tratar igualmente a todas, por mais que muitas manicuras e clientes digam isso. As manicuras que observei nos salões não lidavam com pessoas estranhas. As clientes eram estranhas apenas quando estavam indo pela primeira vez ao salão. Por isso, não foi fácil conseguir que uma delas concedesse

---

[67] Novamente, lembramos que todos os nomes próprios são fictícios, para preservar a identidade de todas as pessoas que foram abordadas e entrevistadas.

uma entrevista. Como contar sobre o que se faz no trabalho a alguém tão estranho e diferente, sem ganhar nada para isso? O que essa pessoa faria com as respostas? Será que ela fazia pesquisa para o patrão? Para a Agência de Vigilância Sanitária?[68] Credenciais acadêmicas ou institucionais não surtiam nenhum efeito de aproximação, ao contrário: tornavam-me ainda mais distante e diferente delas. Mas, apresentando-me como amiga de uma cliente, declarando meu gosto – verdadeiro – por ter minhas unhas manicuradas e explicando que o setor de beleza merecia atenção por parte de pesquisadores, eu passava a ser mais uma mulher que entende o sentimento envaidecido de olhar para as próprias mãos e vê-las bonitas e que sabe o valor disso.

Inspirada no relato de Andréia sobre como tratava suas clientes como amigas, perguntei às minhas amigas se conheciam alguma manicura de quem gostassem muito e que julgassem ter disponibilidade para conversar comigo[69]. Algumas se consideravam amigas de suas manicuras, outras apenas gostavam do seu trabalho. O próximo passo foi, então, ligar para o telefone celular da manicura em questão e marcar um horário para entrevistá-la. Em todos esses casos, mencionar que eu era amiga de uma cliente foi decisivo para que ela aceitasse conversar.

Terminada essa fase, pedi às mesmas amigas para conversarem com outras amigas suas, abrindo, assim, uma rede de contatos, tática chamada de "bola de neve" por alguns manuais de pesquisa. Isso funcionou, e consegui realizar mais entrevistas. Fui indicada às manicuras, e não elas a mim. Citar o nome da cliente era decisivo para que a entrevista fosse aceita, indicando-me uma tendência que se confirmaria a cada entrevista: a cliente, para uma manicura, não é apenas fonte de sustento, mas também de prazer e de sentido do seu trabalho.

---

[68] Bouzón (2010) passou por dificuldades semelhantes em seu campo de pesquisa sobre salões de beleza. A leitura de seus relatos ajudou-me a evitar situações embaraçosas.

[69] Patrícia Bouzon, em etnografia já citada sobre salões de beleza, conta que para iniciar a pesquisa de campo também recorreu às suas próprias relações de amizades: "a entrada em campo se deu de forma bastante positiva no caso dos três salões escolhidos para realizar a pesquisa. No salão de "elite" eu havia conseguido duas frentes de abordagem: uma delas foi usar um contato pessoal para perguntar à dona do salão sobre a possibilidade de realizar minha pesquisa lá. Uma tia minha conhecia a dona e era muito amiga de sua irmã. (...) Uma vez lá dentro, a outra frente que facilitou muito o andar de minha pesquisa foi o fato de eu conhecer parte da equipe de funcionários." (Bouzón, 2010, p.21).

As entrevistas foram marcadas por telefone e realizadas pessoalmente. Na maior parte delas, as manicuras receberam-me em suas casas, pois essa era uma maneira de evitar que perdessem tempo e dinheiro deslocando-se em São Paulo. Esse procedimento também foi escolhido por permitir conversar fora do ambiente de trabalho, seguindo recomendação do método de pesquisa de Ferreira, L.L. (1993, 1998 e 2011).

Em São Paulo, foram doze entrevistas semi-estruturadas, com manicuras, registradas em áudio, variando entre trinta minutos e duas horas de conversa, e uma entrevista anotada, seguindo o roteiro exposto no Anexo 1, que foi o mesmo utilizado para as entrevistas no Canadá (ver Anexo 2). As entrevistadas apresentaram-me uma variedade de situações de trabalho: emprego em salões de beleza, trabalho em salão próprio, ; sociedade em salão com outro profissional, atendimento à domicílio, , sendo que uma também atendia em sua própria casa. A manicura mais jovem entrevistada tinha 19 anos, a mais velha 53, conforme o quadro apresentado no Anexo 4.[70].Nenhuma possuía formação universitária. Três delas tinham a pele branca (uma empregada de um salão grande de shopping center, uma empregada de salão médio, e outra que já possuía seu próprio salão). Uma única tinha a pele negra e as outras tinham a pele morena.

Além dessas manicuras, conversei também com dois proprietários de salões, em Santos-SP, uma proprietária de um salão com mais de trinta funcionários em São Paulo, um proprietário de escola de formação e duas representantes de sindicatos de trabalhadores em beleza. Por fim, entrevistei cinco clientes (duas clientes com renda entre 3 a 5 salarios minimos e três clientes com renda acima de cinco salários mínimos[71]) que utilizam os serviços de manicure com regularidade e sempre com a mesma profissional há mais de um ano[72].

---

[70] Neste texto utilizo pseudônimos para referir-me às manicuras entrevistadas, de forma a preservar o anonimato. Também foi oferecido a cada entrevistada, tanto no Brasil como no Canadá, um termo de informação e consentimento, exposto no Anexo 3.

[71] Valor do salário mínimo à época da entrevista: 690 reais.

[72] Com exceção de uma proprietária, os proprietários que aceitaram conceder a entrevistas conheciam-me pessoalmente muito antes da pesquisa se iniciar, tendo sido a relação de amizade decisiva para a participação deles. As clientes que tiveram entrevistas registradas em áudio também foram encontradas

Em Montréal, não era possível adotar facilmente a tática da bola de neve, mas algo parecido aconteceu. Para encontrar as manicuras, utilizei a rede social *Facebook*, colocando um aviso no grupo "Brasileiras no Quebéc", sobre a necessidade de conversar com manicuras brasileiras, e elas mesmas se apresentaram a mim ou foram indicadas por suas clientes. Todas as entrevistas foram gravadas em áudio e posteriormente transcritas. Foi possível entrevistar duas manicuras brasileiras, uma técnica de prótese de unhas e uma esteticista (que também exerce serviço de manicure), residentes permanentes no Canadá. Por intermedio de uma antiga proprietária de salão de beleza, foi possível entrevistar o presidente do Comitê Setorial de Mão de Obra em Serviços de Cuidados e Beleza Pessoal[73]. Como em Montréal predominam as manicuras asiáticas nos salões especializados em unhas, tentei realizar entrevistas com elas. Seguindo a indicação da bibliografia sobre o trabalho entre imigrantes vietnamitas, solicitei que um estudante de graduação em Gestão[74] de origem vietnamita apresentasse eu e os objetivos da minha pesquisa aos proprietários e manicuras vietnamitas. Com isso foi possível realizar duas entrevistas apenas.

As entrevistas foram transcritas e analisadas por meio da codificação cruzada, proposta por Strauss e Corbin (2009) e comentada por Lapiérre (2008) no método conhecido por "Grouded Theory" (teoria enraizada). Embora não tenhamos construído a teoria que baseia esta tese inteiramente a partir dos dados das entrevistas – como sugerem os autores – utilizamos o procedimento recomendados por eles, quais sejam, o do registro de memorandos com minhas interpretações e pensamentos sobre as afirmações dos entrevistados, e posteriormente a construção de conceitos, isto é, de blocos de significados, por meio de uma codificação aberta e da codificação axial dos

---

pela minha rede de relações pessoais, embora elas também tivessem sido indicadas umas pelas outras. Em minhas visitas a salões de beleza conversei com clientes fazendo as mesmas perguntas (apresentadas o roteiro do Anexo 2), mas a situação de encontrá-las pela primeira vez no salão não permitia a gravação em audio, e sobretudo a pergunta sobre as suas remunerações.

[73] Agradeço a Lucinete Carvalho por promover meu encontro com o Sr. Bissonet.

[74] Agradeço esta valiosa colaboração de Yvi Kervin. Instruído sobre os objetivos desta pesquisa, Yvi acompanhou-me no primeiro contato com proprietários e realizou a traduçao consecutiva de uma entrevista com uma manicura que apenas falava o idioma vietnamês.

temas, ideias, palavras elencadas mais fortemente pelas manicuras (Strauss e Corbin, 2009, p.214-216). Tais conceitos, observados em conjunto, foram agrupados em categorias, isto é, em ideias que consideramos serem explicativas do que as entrevistadas estavam dizendo. As categorias se cristalizavam quando eram válidas para todas as entrevistas, aparecendo, portanto, entre sujeitos que não se conheciam, mas que tinham a atividade de manicure em comum.

Este procedimento de análise foi fundamental para nos indicar como relacionar algumas discussões mais abrangentes das análises do trabalho com o que as manicuras estavam relatando. Ao invés da pura aplicação de uma teoria - como por exemplo a da noção de "care" - sobre o trabalho das manicuras, tentei buscar uma lógica própria deste trabalho, apontando nesta o que é semelhante ou destoante, da discussão sobre *care*, por exemplo. Assim também, o mesmo tipo de análise permitiu o surgimento de temas que não haviam sido enfatizados pelo roteiro de entrevista.

A proposição de uma explicação sociológica em dois âmbitos de análise – o da interação social e o da consubstancialidade das relações sociais – só pôde ser finalizada, consolidada, após esta construção de conceitos com a análise das entrevistas. Mas é inegável que tal codificação foi feita pela busca de determinados temas pré-estabelecidos pelo roteiro de entrevista que está exposto nos anexos desta tese.

Outrossim, o procedimento possível para observar o trabalho da manicura em São Paulo e em Montréal foi usar os serviços sem declarar-me pesquisadora, como se eu fosse apenas uma cliente. Para isso, procurava chegar 20 minutos mais cedo do que o horário marcado, e aproveitar o momento de secagem das unhas para continuar observando o salão. Essa estratégia foi adotada porque a presença de uma pesquisadora com vínculo institucional com o Ministério do Trabalho e Emprego certamente oferece um constrangimento ao comportamento dos trabalhadores e proprietários, tal como relatou Bouzón (2010)[75]. Assim, pagar pelos serviços como uma cliente foi a alternativa mais adequada para chegar mais perto da descrição da situação real. Após conhecer as

[75] Foram frustradas as tentativas feitas com os proprietários de salão em São Paulo.

questões mais abordadas pela literatura sobre o trabalho no salão de beleza, e de olho nas condições de trabalho da manicura, montei o seguinte protocolo de observação, isto é, de fatores a serem observados e anotados em todas as minhas visitas a salões de beleza, tanto em São Paulo como em Montréal:

- *Serviço por mim utilizado (se manicure e pedicure ou apenas manicure);*
- *Preço e forma de pagamento;*
- *Hora de início e hora do fim do serviço;*
- *Variedade de serviços oferecidos pelo salão;*
- *Localização do salão, bairro da cidade;*
- *Quantas postos de trabalho de manicure havia no salão? Havia mesas ou cadeiras apenas? Havia um lugar no salão reservado ao serviço de manicure?*
- *Quantos pessoas estavam trabalhando no momento? Quantos eram homens?*
- *Cor/raça dos trabalhadores;*
- *Havia uso de uniforme? Uso de luvas? Uso de máscara? Uso de material descartável?*
- *Qual o método de esterilização dos instrumentos da manicura: estufa? Forninho? Autoclave? Nenhum visível?*
- *O salão possui televisão? Revistas?*
- *Quantos clientes no salão no momento do meu atendimento? Homens ou mulheres? Eles conversam com a manicura em atendimento?*
- *Lista de atividades da manicure desde o começo do atendimento, e comentários sobre minha interação com a manicura, com anotações em diário de campo.*

Em Montréal, foram sorteados vinte salões[76], entre todos os cadastrados no site "*Pages Jaunes*" (Páginas Amarelas), dos quais frequentei doze. O mesmo foi feito em São Paulo, utilizando o site *Apontador*, mas depois de meu retorno de Montréal[77]. Ambos os *sites* permitem que salões e profissionais se cadastrem gratuitamente. Tal procedimento visou atingir regiões diferentes da cidade e, assim, salões de alto a baixo padrão. Assim como Kang (2010), e Arango *et al* (2011), observei que os preços dos serviços variavam conforme sua localização na cidade.

Em Montréal os preços de um serviço simples e regular de manicure variaram entre quinze e 37 dólares canadenses (equivalentes em 2012 a uma variação entre 32 e 79 reais). O mesmo serviço, em São Paulo foi encontrado por quinze a cinquenta reais (preços atualizados em fevereiro de 2014). Entre eles, o salão com menor espaço e número de empregados foi também o mais barato, cobrando o preço de doze reais pela manicure (espaço no qual apenas a manicura trabalhava, oferecendo também serviços de depilação) e o maior salão ocupava o último andar de um luxuoso *shopping center*, com mais de 300 funcionários, cobrando o preço de cinquenta reais pelo serviço. Entre estes, muitos salões que cobravam entre quinze e 23 reais pelo preço da manicura, em bairros residenciais de São Paulo. Assim, neste texto referir-me-ei a três tipos de salões: "salões pequenos" (salões com menos de cinco funcionários e preço até entre 10 e no máximo 15 reais pela manicure; são mais comuns em bairros residenciais afastados do centro); "salões médios" (salões com cinco a 15 funcionários e preços entre 18 e 23 reais pela manicure, em regiões residenciais centrais, e por isso, habitada por extratos sociais de renda mais alta, como por exemplo Perdizes, Pinheiros, Jardins, Vila Mariana, Moema, Higienópolis), e "salões grandes" (mais de 15 funcionários, cobrando a partir de 23 reais pelo preço da manicure, em média 36 reais, presentes nas mesmas regiões dos salões médios). Esta categorização é feita com base em pesquisa de campo, em não em

[76] Após feita a listagem com a numeração do total de salões de Montréal, foram sorteados 20 números aleatórios com o auxílio do software Random Numeric Generator, aplicativo da base Android, adquirido no Google Play.

[77] Entre 2010 e 2012 frequentei diversos salões na cidade de São Paulo e na cidade de Santos observando os mesmos quesitos, mas sem escolher os salões por sorteio.

levantamento do preço e de número de funcionários de todos os saloes da cidade. Assim, há exceções como por exemplo esmalterias com menos de 10 empregadas que cobram a partir de 25 reais pela manicure. Há também os “super salões” de cabeleireiros renomados nos quais podem haver mais de 100 funcionários, e o preço da manicure ser mais que 50 reais.

O serviço observado em São Paulo é diferente daquele observado em Montréal, como será descrito ao final do terceiro capítulo. Mas destaca-se a presença predominante das manicuras asiáticas em Montréal e de manicuras pardas e negras em São Paulo. Há manicuras brancas em São Paulo, mas em todos os tipos de salões observados, incluindo as esmalterias, foi predominante encontrar manicuras jovens, de pele escura e em geral com cabelos crespos alisados. Em salões médios, e em salões grandes sofisticados foi muito comum ver que a cor da mão que trabalhava era mais escura que a cor da mão que recebia o trabalho. Por outro lado, clientes negras não foram vistas em salões grandes e luxuosos; e pouquíssimo presentes em salões médios. Já nos salões pequenos de bairros havia muitas. Também foi raro ver mulheres negras como cabeleireiras, função mais prestigiada no salão. Em geral, elas ocupavam os postos de manicura, salvo nos salões pequenos. Porém, não foram visitados salões especialistas em cabelos afro.

Uma terceira forma de conhecer o trabalho de manicurar foi verificar como ele é ensinado. O exame dos cursos poderia ofereceu-me uma fonte organizada de prescrições sobre esse serviço e a oportunidade de investigar se havia diferenças de conduta entre uma manicura formada em curso e outra, autodidata. Uma boa maneira de entender o funcionamento disso tudo era eu mesma fazer o curso de manicure. Conhecer, afinal, as motivações, as necessidades, as ambições e os desejos das pessoas que se preparavam para ingressar na profissão. Com o curso, eu também conheci roteiros de comportamento e a própria técnica, tornando-me menos ingênua na observação do trabalho nos salões. Fundamentalmente, pude comparar as observações da atividade executada com o ideal aprendido no curso. Esta fase da pesquisa foi acompanhada com um diário de campo, no qual eu anotava as minhas impressões sobre as aulas e minha convivência com as colegas. Essas anotações levaram-me a ver no curso a busca da da

construção de uma classe profissional como meio de obtenção de reconhecimento social para o ofício de manicurar, como comentarei no quinto capítulo.

Em busca de um quadro de análise para o serviço de manicure

Nesta pesquisa, o trabalho é um conjunto de ações humanas para fazer um produto ou um serviço em troca de pagamento. Não se trata de abordar a arte de manicurar como *hobbie*, lazer, ou autocuidado – como podemos ver abundantemente nos *blogs* sobre unhas e esmaltes. O contexto aqui é a venda de um serviço, qual seja, o de embelezamento e cuidado das unhas, seja diretamente à cliente, a um cliente, ou à proprietária ou proprietário de um salão de beleza. Assim, o trabalho é um conjunto de ações de dois aspectos. O primeiro está relacionado à atividade – a execução das ações que fazem o serviço – e o segundo, ao tipo de contrato que estabelece a recompensa da manicura pela realização do trabalho – seja ele uma relação salarial, ou o pagamento que lhe é feito diretamente pelo(a) cliente. A esse segundo aspecto, Ferreira (2010, 2011) chama de "emprego".

Essas "duas faces do trabalho" são uma categorização analítica feita por Ferreira (2010, 2011), com base nos dois fatores da mercadoria na sociedade capitalista, tal como levantados por Marx, no primeiro capítulo de *O Capital* (1988 [1890]). A força de trabalho, mercadoria que é, também tem seus aspectos de valor de uso e de valor de troca. A face "atividade" diz respeito ao seu valor de uso e a face "emprego" ao seu valor de troca[78].

[78] Lembremos: "a utilidade de uma coisa faz dela um valor de uso". A força de trabalho não é uma coisa, mas é tratada como uma na sociedade capitalista. Ela tem múltiplos valores de uso, como demonstram os estudos examinados no capítulo anterior. É isto que a faz ser a mercadoria mais rica de todas em valor de uso, e por isso a mais negociada em seu valor de troca. O valor de troca, como o nome bem diz, é aquele que permite que ela seja vendida num "mercado de trabalho", que trata a força de trabalho como "coisa". A face "emprego" é da troca desta força de trabalho, que é feita sob negociações e regimes de trabalho. Não somente a distinção de Marx, mas os estudos de ergonomia, de língua francesa, desenvolvidos por Alain Wisner e seus alunos inspiraram a autora a buscar explicar como o trabalho é de fato realizado frente a como foi planejado ou prescrito. Sobre o desenvolvimento teórico da ergonomia francesa, ver

Em sua análise sobre o trabalho dos professores, Ferreira, L.L. (2010), percebe que, para dizer o que o que faziam em seu trabalho, os sujeitos entrevistados se referiam a aspectos especificos do seu ofício (ensinar), mas também a aspectos relacionados à sua inserção institucional; ambos faziam parte do que era o trabalho de um professor. A partir daí, e comparando com a diversidade das outras profissões que já havia analisado – cortadores de cana, pescadores-mergulhadores, petroleiros, costureiras, assistentes sociais – Ferreira concebeu esses dois conceitos como parte de um quadro explicativo sobre a especificidade do trabalho de cada ocupação.

Nas palavras da autora, a face "atividade" de um trabalho diz respeito a:

> *"o que em cada trabalho é específico e se diferencia dos outros trabalhos. Como atividade, o trabalho do professor é diferente, por exemplo, do trabalho do médico ou do marceneiro: tem objetivos e objetos diferentes, utiliza instrumentos de trabalho diferentes, exige ações diferentes e mobiliza diferentemente as diferentes capacidades de quem o realiza, isto é, do corpo, da mente, das emoções e dos valores morais. A atividade é força de trabalho em ação, a parte subjetiva do processo de produção. É a produção de um bem/serviço através da mobilização das potencialidades de quem trabalha. (Ferreira 2010, 12)*

Esclarece ainda que:

> *Os conceitos de "trabalho concreto", "trabalho útil" e "trabalho vivo", tal como usados por Marx; os conceitos de "trabalho real" e "trabalho prescrito" desenvolvidos pela escola de ergonomia de Wisner; o conceito de "trabalho efetivo", como tem sido usado ultimamente por Déjours, e o de "atividade", de Clot e de Schwartz são conceitos pertinentes a este campo que estamos chamando da "atividade do trabalho".*

Wisner, 1994, Ferreira e Donatelli, 2001; Ferreira, 2004, e Molinier, 2008 para citar alguns. Sobre uma contribuição teórica no campo da atividade de trabalho entre a ergonomia e a sociologia, ver Silva, 2011.

A outra face do trabalho, que Ferreira,L.L. chama de emprego, é mais conhecida nos estudos sociológicos. É a parte que incide diretamente sobre as condições de vida do trabalhador, que corresponde ao que lhe é pago por sua força de trabalho. É quando a face da atividade se encontra com a face do emprego que ocorre a extração de mais valia, em se tratando de uma relação capitalista. Contudo, o termo "emprego" não designa qual a forma legal, jurídica, de contratação do trabalho; não é o mesmo que "regime de trabalho". A face "emprego" é resultado de uma distinção analítica, que visa destacar dois campos de significados de um trabalho: o do seu valor de uso, isto é, a sua contribuição para a produção da realidade, e o do seu valor de troca, isto é, a sua existência para a venda. Na face "atividade de trabalho", uma teleatendente de *telemarketing* e uma professora de uma escola privada são muito diferentes. Mas a partir da face do emprego, são bastante semelhantes. Nas palavras da autora, a conceituação dessa face "emprego" vem da necessidade de

> *considerar, na nossa análise sobre o trabalho e as suas consequências em quem trabalha, uma outra dimensão, além da atividade, que mostre o papel da remuneração, isto é, do pagamento direto ou indireto que recebem em troca de sua atividade, e do emprego, condição para que haja remuneração. Na falta de uma denominação mais precisa, estamos chamando de emprego a esta outra dimensão, ou a este outro campo. Ele engloba os tipos de vínculos empregatícios existentes entre professores e seus empregadores, formais ou não, o valor de suas remunerações, diretas e indiretas, e as condições em que as mesmas são auferidas.* ***A remuneração do trabalho, diferentemente da atividade, não diz respeito ao trabalho concreto realizado pelos professores. Professores com a mesma atividade de trabalho recebem rendimentos diferentes. E trabalhadores com atividades diferentes, como médicos ou marceneiros, podem receber a mesma remuneração que os professores****. (Ferreira 2010, p. 15, grifos meus)*

Como será possível ver também aqui, na análise do trabalho das manicuras, a face "emprego" tem influência direta sobre como é desempenhada a atividade de trabalho:

> *Os diferentes salários e os diferentes tipos de vínculos empregatícios têm relações diretas com a atividade: professores que recebem baixos salários e, por isso, procuram aumentar seus rendimentos com vários empregos, têm menos tempo para se dedicar à sua profissão, menos tempo para acompanhar cada aluno, preparar suas aulas, mais dificuldades para se atualizar e melhorar seus conhecimentos. (Ferreira 2010, p. 16)*

Nesta tese há uma busca de uma análise sociológica sobre a face "atividade" do trabalho. A hipótese deste estudo é que a atividade de trabalho de manicure é determinada em grande parte pelas regras da interação face-a-face e pela influência dos atributos sociais desiguais dentro de uma relação comercial de serviço. Assim, seria necessário levar a análise à ordem da interação para examinar os fatores que condicionam a atividade de trabalho. Como se sabe, a interação do serviço de manicure que se passa em um salão de beleza ocorre em um lugar público – ou ao menos semi-público – o que nos faz ter de examinar as regras de uma interação pública e de visitar a literatura existente sobre as interações de serviço[79].

Como consequência desta hipótese, sugere-se que a análise da interação pessoal, como um lócus da realização da atividade de trabalho da manicura, pode trazer à tona as formas de realização do trabalho emocional, tal como conceituado por Hochschild (2003). A segunda proposição, de que o trabalho emocional é parte central das atividades de trabalho do salão de beleza, moveu diversos estudos, como vimos na seção anterior. No caso da manicura, o trabalho emocional é um elemento da sua atividade que tem importância sobre a manutenção do seu contrato de trabalho. Porém, como pretendo demonstrar, ele não determina, não define e nem é o principal aspecto do serviço de manicure. A análise da interação demonstra que a atividade de trabalho da manicura é a coordenação entre diversos tipos de esforços (que vimos denominados como "trabalho emocional", "trabalho corporal", "trabalho físico", "trabalho mental")

[79] Com efeito há outros caminhos para abordar sociologicamente o cotidiano do trabalho, as artes de fazer, a atividade de trabalho frente às idealizações e normatizações das tarefas prescritas, como nos ensina a tese já citada de Cristiane Silva. Aqui se trata de propor mais uma abordagem, uma que julgo particularmente adequada para as atividades de trabalho de serviços interpessoais.

todos imprescindíveis para a realização do serviço, e feitos dentro do contexto de uma determinada forma de remuneração, de um determinado contrato social de trabalho.

Neste texto apresento as ferramentas e conclusões possíveis sobre o trabalho da manicura a partir da primeira proposição - de que é necessário examinar o nível da interação social para descrever a atividade de trabalho. Como anunciado no início, entretanto, esse percurso teórico é importante, mas insuficiente para explicar porque esse trabalho é como é. A descrição do trabalho pelas próprias manicuras mostra que ele começa bem antes e termina muito depois da interação com a cliente. São as atividades de bastidores, ligadas à face “emprego” do trabalho, que serão analisadas no próximo capítulo.

3. O EMPREGO DAS MANICURAS EM SALÕES DE BELEZA.

Apesar da variedade de cenários nos quais a manicura pode trabalhar, há um fator que influencia fortemente as condições de sua *performance* na interação: a relação de emprego que mantém com o salão de beleza ou, no caso da manicura que trabalha em domicílio, a maneira como é contratada diretamente por suas clientes. A forma como estão inseridas no mercado resulta em possibilidades diferentes de remuneração, carreira, controle do ritmo de trabalho, de relação com as clientes; em suma, das condições de realização de sua atividade. Neste capítulo procuro expor como são essas relações de emprego e quais são as suas repercussões na atividade de trabalho.

A principal relação de emprego relatada pelas manicuras que entrevistei e também por aquelas que me atenderam nos salões é o que chamo de "formalização simulada". Trata-se do registro formal da contratação da manicura sem que, na prática, haja o cumprimento das regras de proteção social do contrato trabalhista, consitindo, assim, apenas numa simulação de vínculo formal de trabalho. Dessa forma, a manicura possui registro assinado em sua carteira de trabalho, assina recibos de salário, mas não os assina com seu valor real e sim com o valor, costumeiramente menor, baseado no qual o salão registra a sua contabilidade. Geralmente, a remuneração da manicura, em vez de um salário fixo, é constituída **somente** de uma comissão, ou seja, é o resultado de uma porcentagem sobre o que foi cobrado das clientes em seus atendimentos durante o mês.

> *Então, a gente tem um salário básico, que é tipo um salário mínimo, que é só fachada, na verdade, a gente não recebe esse salário. Mas ele está registrado lá. Na carteira, manicure. Acho que não é nem... é porcentagem que eles colocam lá, não é nem salário mesmo. E é mais uma fachada, porque a gente não tem férias, a gente não tem 13°, a gente não tem vale-transporte. (Manicura Carolina)*

Sobre a remuneração real, não são pagos encargos sociais trabalhistas, como a previdência social, que garante o uso de licença médica, férias remuneradas e o auxílio

em caso de acidente de trabalho, além da própria aposentadoria. O que existe é uma remuneração que está registrada num recibo assinado todo mês pela manicura.

Nesse regime de “formalização simulada”, é nebulosa a diferença entre ser empregada do salão e ser autônoma, prestadora de serviço, ou associada. Para fins de fiscalização, o salão que registrou suas manicuras em carteira assinada e possui os recibos de pagamento, está com suas obrigações trabalhistas legais em dia. São empregadas do salão. Mas caso a manicura vá ao INSS buscar se há pagamentos realizados pelo salão, certamente não os encontrará. A proteção social que essa relação deveria garantir à trabalhadora não existe na prática.

Em relação ao cotidiano de trabalho, as manicuras são consideradas autônomas, mesmo que tenham de seguir regras de empregadas. Assim, como autônoma, é ela quem deve comprar seu próprio material de trabalho, com exceção do mobiliário e dos equipamentos de esterilização. Como autônoma, também é ela quem vai fazer seu rendimento, que será fruto apenas da sua prestação de serviço. Entretanto, com relação à jornada, as regras são as de uma trabalhadora empregada. Um exemplo são os dias de folga. As manicuras informaram que podem tirar qualquer dia da semana de folga, desde que não seja na sexta ou no sábado.

> *Mas a gente poderia folgar normalmente em qualquer dia que a gente quisesse, mas sexta e sábado, sexta-feira eles não deixam a gente folgar. Aí a gente tomou a liberdade de folgar na quinta-feira, folgar tal dia, mas tem gente que só pode folgar sexta ou sábado, que é o dia que todo mundo quer. Mas sábado, só se alguém morrer! A gente não tem essa liberdade de falar: “Olha, eu vou folgar, sábado eu preciso folgar.” Para você folgar em sábado é uma vez no ano e mesmo assim você tem que implorar ainda. (Manicure Carolina)*

O trabalhador autônomo, prestador de serviço, deve cumprir o serviço contratado, sem haver controle de sua jornada. No entanto, no regime de “formalização simulada”, não há regulação clara da jornada, embora ela seja controlada. Como

veremos no exemplo abaixo, a falta da formalização do horário de trabalho, com registro dos atrasos e das horas extras[80], é também uma forma de controle. Em um salão médio de shopping center, há um sofisticado sistema de controle de horário. Algumas penalidades podem ser aplicadas se as manicuras chegarem atrasadas:

> *Manicura Carolina: O correto é eu entrar às 10:00 e sair às 19h00, mas tem dias que eu saio 21:00.*
>
> *Juliana: E se você não tiver cliente agendada, você tem de chegar nesse horário?*
>
> *Manicura Carolina: Sempre nesse horário. Quando você é autônomo, você acaba tendo essa liberdade, você fala: "Olha, eu vou chegar 11:00, hoje eu vou sair às 16:00", mas aqui tem hora para você chegar. Por lei, a gente tem quinze minutos de tolerância, é o que eu sei. Aqui a gente não tem isso; eles têm um sistema assim: A gente tem uma ficha que é o controle. Tem uma lista de todas as manicuras. E a gente põe as fichas na seqüência. Quem chegou primeiro, põe a ficha. Então "pé e mão", quem está na mesa é a Fulana? Então a Fulana pega o pé, que o pé é mais caro e eu pego a mão e assim vai girando a vez. Se eu chegar 10:07, eu não posso mais por a minha ficha na mesa. Perdi a minha vez. Só vou poder por a minha ficha no quadro duas horas depois. São normas do salão, isso é só uma punição para você não chegar atrasado. Duas horas depois. E aí eu só tenho essas duas horas se for preferência do seu cliente ou se todo mundo estiver trabalhando e não tiver ninguém mais para atender, aí eu posso atender você. É… não faz sentido, você deixar uma cliente esperando, uma manicure que passou das 10:30, digamos que eu cheguei 10:35, peguei um baita de um trânsito, cheguei 10:35, eu trabalho o dia inteiro, mas eu só vou atender alguma cliente, se ela me procurar ou se estiver todo mundo trabalhando. Isso a gente entrou em discussão, porque automaticamente você que ir embora, não é? Como eu não vou por a minha ficha na mesa, então eu vou embora. Mas não, não pode. Assim, aqui a gente tem muitas regras, eles são bem taxativos. (Manicura Carolina.)*

[80] Para preservar o anonimato dos participantes da pesquisa, não entrevistei nenhum(a) proprietário(a) e manicura de um mesmo salão.

Assim, a simulação da formalização serve também para controlar o coletivo de trabalhadoras. Ao impedir uma manicura de trabalhar, a gerente do salão faz com que ela seja a responsável pela diminuição dos seus rendimentos, que não tem nenhuma parte fixa. Ao mesmo tempo, também beneficia outra manicura que realiza o serviço em seu lugar, que fica parada, de forma a fazer com que uma profissional vigie a outra, quebrando a solidariedade no interior do grupo.

Na formalização simulada, a manicura é registrada pelo salão, mas é ela mesma quem paga por todos os encargos trabalhistas, tanto a parte da empresa quanto a do trabalhador. Ela paga as duas partes. No caso de uma possível demissão, não há o pagamento do FGTS pelo salão, mas é feito acordo no qual o salão paga e depois recebe de volta parte do que pagou. Essa prática é bastante comum nos salões. Há também o caso de a manicura não ter qualquer tipo de registro. É o que relata Eliana, que trabalha em um salão com mais de trinta funcionários em região nobre de São Paulo e preferiu isso à simulação do vínculo:

> *Lá a gente tem algumas registradas, mas elas que pagam o próprio registro. "Eu deixo você ser registrada, você pagando, e no dia que você sair a gente faz um acordo: você paga a multa e recebe". Eu não aceito isso, prefiro não ser registrada a ter de pedir pelo que eu estou pagando. (Manicura Eliana.)*

Mas há a manicura efetivamente autônoma, como relata uma proprietária. No seu salão, as manicuras gerenciam seus horários e todo o material necessário para o serviço é do salão. Como autônomas, as manicuras não precisam trabalhar cinco ou seis dias por semana, mas somente nos dias e horários para os quais estão sendo contratadas. Esse salão não trabalha com hora marcada, a cliente sempre será atendida por outra manicura imediatamente, a não ser que a própria cliente não a queira.

> *Elas são autônomas, então o que elas fazem, elas ganham. Se você for estipular horário "ah você tem meia hora para fazer um pé" acaba o serviço saindo mal feito para bater aquele horário. Então, a gente deixa bem à vontade o profissional. Quanto mais ele demorar, menos ele vai atender, menos ele vai ganhar. (Proprietária Neide.)*

O trabalho como autônoma num salão de beleza não oferece nenhuma estabilidade financeira à manicura, nem ao proprietário do salão. No caso abaixo, a proprietária não tem meios como garantir a presença das profissionais no horário marcado. Como em qualquer outra prestação de serviço, a proprietária exige que a manicura compareça nos horários contratados e programe alguma eventual ausência na agenda do salão – o que, segundo ela, nem sempre acontece:

> *Já teve várias vezes que num sábado faltaram cinco manicuras de uma vez só. "Ah porque teve churrasco do meu tio" "churrasco da minha família" e "ah não vou trabalhar não" sabe? Várias... Já teve feriado que faltaram dez manicuras, eu fiquei trabalhando só com oito, entendeu? Eu vou fazer o quê? (proprietária Neide)*

A simulação da formalização também pode ocorrer sobre a do falso "autônomo". No salão mais luxuoso que visitei, a manicura relatou-me ser contratada como pessoa jurídica, ou seja, como uma prestadora de serviço para o salão. Como tal, ela deve comprar seu material e realizar a sua própria contabilidade. Não pode, no entanto, escolher seus dias de folga, que devem ser obrigatoriamente domingo e segunda-feira da semana seguinte, de forma que tem dois dias de folga para cada treze dias trabalhados. Tem horário fixo para entrar, embora com frequência ultrapasse o horário de sair e, ainda que seja prestadora de serviço com registro próprio, não pode escolher seu contador, que deve ser o mesmo do salão. Essas foram as regras para a sua contratação.

Em pequenos salões pode ser difícil definir separadamente as figuras da proprietária e da trabalhadora. Quando as comissões são repartidas meio a meio, mas dela são rebatidos os custos do aluguel do espaço e da montagem do salão, há um regime de trabalho mais parecido com o de uma cooperativa do que com o de um estabelecimento comercial que tenha um proprietário-gerente e empregados. Em entrevistas com duas manicuras e uma proprietária, encontrei essa forma de trabalho, na qual não há uma relação de subordinação entre elas, mas de sociedade.

Em Arango (2013), há a descrição do salão de beleza como um ambiente solidário, no qual as trabalhadoras tentam criar uma atmosfera de acolhimento e

profissionalismo, de forma a conquistar a fidelidade das clientes e preservar as boas relações entre as trabalhadoras.

> *En los salones de barrio femeninos encontramos relaciones de colaboración orientadas a conciliar dos propósitos: conseguir y conservar una clientela estable y crear unas condiciones de trabajo, amables y flexibles, compatibles con las obligaciones familiares de la mayoría de las trabajadoras. Además del trabajo emocional realizado por cada manicurista para atender y retener a sus clientas, está presente un trabajo emocional colectivo dirigido a negociar reglas sentimentales basadas en la colaboración y la solidaridad entre el grupo de profesionales*[81]*. (Arangoa, 2013, p.114).*

Mas a autora assinala também que esse ambiente não é uma consequência natural de um lugar onde mulheres vão para se embelezar, mas o resultado de diversas ações e negociações entre as trabalhadoras:

> *El ambiente solidario del salón, mencionado recurrentemente en las entrevistas, es el resultado inestable de pequeñas y continuas negociaciones emocionales y normativas. Estas se expresan en torno a los horarios de trabajo, la gestión de la competencia entre profesionales o la fidelidad de la clientela, y contribuyen a forjar la identidad del salón*[82] *(idem).*

Em minhas observações, essas negociações são pautadas também pela relação de emprego que é praticada no salão, influenciando diretamente o grau alcançado por essa

---

[81] Tradução livre: "Em salões femininos de bairro, encontramos relações de colaboração orientadas a conciliar dois propósitos: conseguir e conservar uma clientela estável e criar umas condições de trabalho amáveis e flexíveis, compatíveis com as obrigações familiares da maioria das trabalhadoras. Além do trabalho emocional realizado por cada manicura para atender e reter suas clientes, está presente um trabalho emocional coletivo dirigido a negociar regras de sentimentos baseadas na colaboração e na solidariedade entre o grupo de profissionais".

[82] Tradução livre: "O ambiente solidário do salão, mencionado recorrentemente nas entrevistas, é o resultado instável de pequenas e contínuas negociações emocionais e normativas. Estas se expressam em torno aos horários de trabalho, da gestão da competência entre os profissionais ou a fidelidade da clientela e contribui para forjar a identidade do salão".

solidariedade e esse ambiente colaborativo. Quando a relação de emprego resulta em uma remuneração variável, mas com uma jornada na qual a manicura tem horários fixos de entrada e saída (embora os de saída nem sempre sejam respeitados), criam-se obstáculos ao exercício da cooperação.

A individualização da remuneração[83] e do material faz com que as manicuras ora atuem como colegas de equipe, ora como concorrentes. Há, sim, cooperação entre colegas, e isso é observável quando uma empresta material para a outra, ou quando uma delas indica cliente para ser atendida pela colega que também faz depilação. Porém, a observação mais ampla da forma como se organizam a atividade de trabalho e as relações de emprego entre as manicuras revela a existência de uma tensão entre ser colaboradora ou concorrente.

Com efeito, a cooperação com as colegas de trabalho é um recurso para melhorar o atendimento do salão como um todo, mas também faz parte do que chamo de "atividades de manutenção do emprego". Aqui se observa ainda mais claramente como a forma de remuneração da manicura incide sobre as suas condições de trabalho. Essas atividades envolvem a preservação do relacionamento exclusivo com a cliente em face da concorrência das colegas; a disposição de atender após o horário do fechamento do salão, fazendo um favor para uma cliente fiel ou uma futura cliente fiel; a procura por atender todas as clientes, nunca recusando nenhuma, mesmo quem não marcou horário; conhecer as últimas tendências da moda sobre unhas; a observação discreta do trabalho da colega, no caso de a gerência solicitar; frequentar cursos que lhe permitam oferecer serviços diferentes (unhas artísticas, artificiais ou outros serviços de embelezamento, como depilação).

Tais "atividades de manutenção do emprego" vão além do momento da manicuração, do atendimento ao(à) cliente. Elas aparecem também nas tarefas de

[83] Não conheci casos em que a porcentagem de comissão fosse diferente entre manicuras de um mesmo salão. No entanto, a remuneração não será a mesma entre elas, pois não há uma divisão igual de atendimentos.

bastidores, como gerenciar a agenda e marcar os horários de pausas, conciliando-os com as regras de horários do salão, e organizar os instrumentos de trabalho.

A compra do material faz parte dessa organização. As manicuras são grandes consumidoras de esmaltes, alicates, e da maior parte de produtos para unhas, como sublinhou Fernanda Franco, presidente do Sindimani – Sindicato Nacional das Manicuras e Manicuros, Pedicuras e Pedicuros[84].

O material consiste na seguinte lista: alicates (no mínimo seis, com manutenção da afiação), esmaltes (no mínimo vinte), esmalte de base, removedor de esmaltes ou acetona, óleos de tratamento de unhas (óleo de copaíba, óleo de cravo), creme hidratante, amolecedor de cutículas, espátula, e todo o material descartável, como lixas de unhas, cobertura de plástico para os pés, algodão, palitos de madeira e o seu próprio material de proteção, isto é, luvas e máscaras descartáveis. Mais de uma manicura relatou que o salão também cobrava pela lavagem das toalhas (uma citou 0,35 centavos por toalha), e exigiam que usassem "*kits*" de materiais descartáveis fornecidos pelo próprio salão, que custavam um real cada para as manicuras.

A compra de material poderia ser mais vantajosa economicamente se trabalhadoras de um mesmo salão comprassem todas juntas, já que, em grande quantidade, poderiam barganhar preços mais baixos nas lojas. Contudo, a manicura pode distinguir seu trabalho das outras de acordo com o material que utilizar. Por isso, frequentemente a compra é individualizada:

> *Cada um compra o seu. Não dá pra comprar tudo. A gente troca os esmaltes quando não tem. Às vezes não empresto porque umas são folgadas. Tem uma que sempre acaba mais rápido e pergunta qual vai ser a cor do esmalte e usa o meu quando a cliente quer a mesma cor e não usa o dela; às vezes não é a mesma cor. E eu gosto de estar sempre comprando uma coisa nova. Até a terceira vez eu não liguei, mas depois… (…) Cada uma tem um armarinho, um pote, você vai colocando o alicate com uma chavinha.*

[84] Entrevista concedida pessoalmente na Confederação Única dos Trabalhadores, sede estadual do Rio de Janeiro.

> *Toda vez que você for pegar uma toalha você pega um alicate e fecha. Se você deixar o alicate em cima de algum lugar dando bobeira, alguém leva. Você não pode sair acusando ninguém. Tem um ano que eu estou lá e não colocaram as câmeras ainda. Lá embaixo colocaram, por causa de assalto e tudo, mas lá em cima, onde ficam as nossas coisas não tem. Roubavam dinheiro lá em cima. (manicura Eliana)*

> *Cada um compra o seu; antes a gente comprava todo mundo junto. A gente perguntava para todo mundo o que cada um estava precisando, comprava e entregava, só que os donos não querem mais. Era uma confusão. Então, cada um faz a sua listinha, vai no lugar que compra, cada um tem seu material. Tudo, é tudo bem individual. (…) Tipo assim, a gente tinha uma variedade muito grande de esmaltes, e a gente sempre tinha uma liberdade: "Ah, estou sem esmalte, você me empresta?", ou eu falo: "Ah eu comprei um que é lançamento, pode passar na tua cliente". E a gente tem essa união de emprestar as coisas umas para as outras, não tem muito esse problema. Desde que não abuse, é claro, como tudo na vida, não é? (manicura Carolina)*

Quando a manicura paga pelo próprio material utilizado, pode ganhar até 70% do preço que foi cobrado da cliente (maior valor declarado em entrevista). Mas há salões que oferecem o material e, nesses casos, a profissional recebe entre 45 e 55%. A grande maioria das manicuras entrevistadas e daquelas que me atenderam nos salões, disseram comprar seu próprio material, e dois proprietários entrevistados informaram que compram todo o material necessário, incluindo os materiais descartáveis para a proteção da manicura.

Assim, faz parte do trabalho da manicura organizar a compra de seu material de trabalho. Talvez por isso, as perfurmarias que vendem cosméticos para consumo de varejo e de atacado são as que mais crescem entre todos os estabelecimentos que vendem cosméticos, como informa a ABIHPEC (2014). Ainda assim, as manicuras que trabalhavam em salões nem sempre sabiam dizer quanto gastavam por mês com esse material.

As manicuras que faziam unhas em domicílio gastavam menos com material, pois era comum que suas clientes já tivessem o próprio. Os maiores gastos citados por todas foram com esmaltes. Segundo elas, a cada três meses é lançada uma nova coleção de cores. Para agradar as clientes e para manter o nível de bom atendimento do salão, elas devem manter seus estoques atualizados.

Ainda com todos estes gastos, a remuneração das manicuras é, em geral, maior do que o valor estipulado pela convenção coletiva sindical no município de São Paulo (869 reais, em 2013), e assim, parece-lhes melhor trabalhar com a remuneração da comissão do que apenas com a remuneração mínima da convenção. Manicuras que trabalhavam em *shopping centers* declararam remuneração de 2.500 a 3.000 reais, a depender do movimento de clientes do mês. Em bairros residenciais de classe média e alta renda[85], como Perdizes e Pinheiros, o mesmo valor foi declarado, para uma jornada de no minimo 8 e no máximo 12 horas por dia, seis ou cinco dias por semana. Assim, a renda das manicuras é variável, diretamente proporcional à quantidade de atendimentos que realizam.

Sendo a remuneração completamente atrelada apenas à quantidade de atendimentos realizados, torna-se importante ter uma base de clientes fiéis. Dessa forma, a manicura poderá ter ideia do seu ganho mensal, permitindo-lhe fazer dívidas a longo prazo (a forma mais acessível para ter um bem durável). Embora clientes e manicuras tenham assinalado que a fidelidade de uma cliente é a consequência de uma afinidade entre elas, a organização do trabalho da manicura está orientada para que essas interações se transformem em relacionamentos. Assim, na maior parte dos salões,

[85] Os preços de imóveis e aluguéis na cidade de São Paulo são bastante diferentes entre as regiões da cidade devido a processos sócio-espaciais de segregação e periferização estudados por vasta literatura (Cf. Villaça, 1998) . O espaço da cidade tornou-se uma forma de separação das classes sociais, tornando-se mesmo um fator de constituição destas classes. Viver na Zona Leste classifica os indivíduos em uma posição social mais baixa do que aqueles que vivem na região central sul, por exemplo. A expressão "classe media alta" refere-se à renda necessára para viver nestes bairros. Quanto mais proximos de equipamentos públicos como metrô, shopping-centers e parques, mais renda é necessário. Por isso as manicuras que entrevistei raramente residiam no mesmo bairro em que trabalhavam, salvo uma exceção de uma manicura que optou por residir em uma avenida deteriorada da região central.

a recepção pergunta à cliente por qual manicura ela quer ser atendida, ou já é direcionada diretamente para a última manicure que a atendeu.

A criação e a manutenção do relacionamento com a cliente é, assim, parte importante do trabalho da manicura, que pode ter de ser feito em meio a uma competição, nem sempre visível por quem está sendo atendido, mas praticamente declarada:

> *Para você ter idéia, tem manicure que liga pro salão, marca uma hora como se fosse uma cliente só para ocupar a sua agenda". (Manicura Jéssica.)*

> *No começo ela ficava assim, "Eu vou fazer o pé e você faz a mão" – a mão era mais barato, tudo bem eu sou nova tenho que acatar mesmo. Eu estou aqui como experiência, por enquanto eu quero aprender, aprender a lidar com isso, essa nova situação. Foi passando, passando… e falei: "Olha Rosa, a partir de agora eu vou fazer pé e mão, está bem? A menos que a cliente queira que você me ajude. Se não, não!" A partir daí acabou, ela foi embora. (Manicura Patrícia.)*

> *Sabe quando fica naquela conversinha "Você está há menos tempo que eu" (no salão). "Não porque fulana gosta só de fazer comigo" e uma vez eu perguntei pra ela: "E se você morrer, Fulana vai ficar sem fazer a unha?" Mas, assim no meu jeitinho extrovertido, mas cutucando também. (Manicura Patrícia)*

Se, para uma cliente, pode ser algo banal trocar de manicura de vez em quando, para as profissionais de um salão isso pode ser motivo de discussões. Ainda que seja impossível tentar controlar a preferência de uma cliente, ela é objeto de disputa e de desavenças, como explica a manicura Carolina sobre uma colega de trabalho:

> *Eu atendi uma cliente dela. A cliente dela chegou, e eu estava chegando do almoço, ela perguntou assim: "Fulana está aí?" "Tá não, ela saiu", "Ah então pode ser outra pessoa". "Ah a outra pessoa está trabalhando, pode ser a Carolina?" "Pode". "Mas você quer que eu ligue*

> *para ela?" "Não, não precisa", Eu subi com a cliente, para ela sentar, e falei: "Vou pegar o meu material". Na hora que eu sentei para atender, a outra manicura dela chegou. Aí eu pensei: "O que eu faço?" Aí eu falei assim: "Olha, ela já chegou, quer fazer com ela?" Ela falou: "Não...", "Olha, se você quiser fazer com ela não tem nenhum problema, ela acabou de chegar, eu nem comecei, pode fazer com ela". "Não, pode fazer". Quando a cliente foi embora, essa manicure falou que eu tinha roubado a cliente dela, que não sei o que… E isso ela falou na frente dos clientes, e ela sabe que eu não gosto de falar. Então, assim, ela está acostumada a jogar na frente de cliente, porque ela sabe que eu não vou responder, então fica uma situação difícil. Acaba que você engole um monte de coisa, e olha, quer saber da história direito? Pergunta na recepção que vão te falar. (…) Entendeu? É difícil, é uma pessoa muito difícil de lidar, ela já me deu várias… (Manicura Carolina.)*

Trabalhando há cinco anos em um salão de um *shopping center* que atende clientes de alta renda, a manicura Jéssica desabafa:

> *Quanto melhor o salão, mais egoístas as pessoas vão ser, porque se ganha mais. Quando se fala em dinheiro e em ambição, é aí que as pessoas querem passar a perna. Não é só querer roubar a sua cliente. No salão você é concorrente do seu colega de trabalho. Tem pessoas que não enxergam isso como uma coisa natural. Ela quer que você saia da frente dela, do lado dela. Para isso ela vai falar mal de você para a cliente, para o patrão". (Manicura Jéssica.)*

No entanto, a mesma manicura afirma que é natural as clientes mudarem esporadicamente de salão. Em entrevista, muitas mulheres que utilizam regularmente o serviço de manicure confirmam que costumam frequentar mais de um salão para ter a quem recorrer caso não consigam o horário de que gostariam no de sua preferência. Variar de salão pode ser uma prática para conhecer novos lugares e ter novas experiências, em cidades grandes como São Paulo e Montréal. Para as manicuras, essa prática pode trazer instabilidade aos seus trabalhos; mas, por outro lado, também possibilita variar as clientes e ter novas oportunidades de fidelização e de relacionamentos.

Como disse a manicura Eliana, que é também estudante universitária, “não há desemprego no mercado de manicure”. Basta uma caminhada não muito longa em regiões residenciais ou centrais de São Paulo para ver diversos salões com cartazes que dizem “precisa-se urgente de manicure”. A mesma ausência de formalização e legalização dos contratos de trabalho, que resulta em um trabalho instável e inseguro socialmente, torna fácil a contratação das manicuras pelos pequenos salões. Assim, a rotatividade de salões e manicuras é alta, até que a manicura consiga encontrar um salão lhe que ofereça boa comissão, bom ambiente de trabalho com oportunidade de ter clientes fiéis. Melhor que isso, segundo as manicuras, é montar seu próprio salão para não ter de dividir a comissão com ninguém, ou mudar de atividade.

Na contratação de uma manicura, exige-se que saiba manicurar as unhas dos pés e das mãos, em tempo hábil para ter várias clientes por dia. Não foi relatado por nenhuma manicura que ela tenha tido de demonstrar, comprovar ou mesmo mencionar que sabia realizar procedimentos de biossegurança. Por isso, a manicura que aprendeu em seu curso quais produtos químicos os esmaltes, removedores, colas, resinas contêm; como sobrevivem os vírus e bactérias que podem habitar as unhas e serem transportados pelos instrumentos, não será vista como melhor que aquela habilidosa com o alicate, mas que não aprendeu nada disso. Assim, não é necessário conhecer os riscos de sua atividade para começar a trabalhar remuneradamente.

A maior parte das manicuras entevistadas concorda com a exigência de qualificação para exercer a profissão; entretanto, salientam que os cursos existentes não são suficientes para ensinar o ofício. No Brasil, tanto para clientes como para manicuras, o que faz uma profissional ter clientes é a sua habilidade em deixar as unhas belas em pouco tempo, proporcionando à cliente um momento de bem-estar. Como, para ambas, é pequena a preocupação com o risco dessa atividade, não se exige que a manicura apresente diplomas para conseguir clientes, ou que ela demonstre saber esterilizar seus instrumentos. Também, e talvez principalmente, a qualificação profissional não tem espaço na manutenção da remuneração precária do trabalho.

Como já visto, as manicuras podem ser um vetor de doenças infecto-contagiosas se não realizarem corretamente as medidas de biossegurança, mas como poderão fazê-lo

se não foram informadas sobre elas? Diferente da habilidade com os pincéis, tais medidas não podem ser aprendidas por tentativa e erro sem causar danos à saúde outrem, assim como o próprio manuseio do alicate. Outrossim, para aquela que assume a identidade profissional de manicura, seu trabalho não é apenas um meio de renda, mas uma arte na qual se busca da perfeição. Este outro sentido move as manicuras a realizarem oficinas e pequenos cursos de aprimoramento oferecidos gratuitamente por grandes indústrias de esmaltes.

Esse campo profissional ainda está em construção, à semelhança do que observou Cochennec (2004) em sua análise sobre as esteticistas francesas [86]. Se tomarmos a abordagem de Eliot Freidson sobre o fenômeno de formação de classes profissionais, chamado de "profissionalismo", a profissão é "uma ocupação que controla seu próprio trabalho, organizada por um conjunto especial de instituições sustentadas em parte por uma ideologia particular de experiencia e utilidade" (Freidson, 1998, p.33). Para que se forme uma classe profissional de manicuras, faltariam, então, vários requisitos citados por Freidson, como o reconhecimento e a proteção das instituições estatais, a existência de associações profissionais, além de um corpo de conhecimento técnico exclusivo.

Como não realizei pesquisa amostral, não é possível afirmar que a maior parte das manicuras que realizaram algum curso de formação esteja trabalhando em salões de beleza ou em domicílio. Mas, sem dúvida, posso afirmar que o diploma não é exigência para garantir vaga em um salão de beleza, ainda que este seja do tipo luxuoso. Em todos os tipos de salões visitados – desde aqueles com três funcionárias, incluindo a proprietária, àqueles com cem funcionários, passando pelos salões em regiões residenciais, de tamanho médio, com diversos serviços e uma média de vinte

[86] Sintoma disso são os salões especializados em serviços para unhas. Em vez da denominação "*nail spa*", comum nos países desenvolvidos, ou de salão de manicuras, como são os salões de cabeleireiros ou os "*coiffeurs*", o nome que se populariza é "esmalteria". O nome "esmalteria" pode sugerir o significado de "lugar de fazer esmaltes" ou de comprar esmaltes, tal como "padaria" (lugar de fazer pães), ou "sapataria", ou "chocolateria", mas, na verdade, é um salão de beleza de serviços de manicure. A profissional que passa os esmaltes nas unhas, e que antes disso, prepara as unhas para receber o esmalte, é ignorada nessa concepção.

funcionários – encontrei manicuras que nunca haviam feito qualquer curso, cujo conhecimento total era prático e empírico, ou seja, que aprenderam e desenvolveram suas técnicas por meio de tentativa e erro: em si mesmas ou em colegas e amigas. Outrossim, os depoimentos das manicuras e clientes mostram que não é a obtenção de um certificado profissional o principal prerrequisito para ingressar em um bom salão de beleza, no qual se possa cobrar caro e ganhar muito dinheiro em comissões.

Tampouco foi mencionado que ter um diploma faça parte dos quesitos par a contratação em salões. Tanto nos pequenos como nos grandes, a contratação das manicuras é feita, em geral, por meio de um teste nas mãos e pés da (o) proprietária (o) ou da (o) gerente do salão. Nenhuma manicura mencionou ter sido contratada devido ao curso, e também não houve perguntas sobre a sua forma de esterilizar instrumentos.

Entre os quatro proprietários entrevistados, apenas um mencionou dar preferência à manicura que tenha curso. Ainda assim, segundo ele, os cursos disponíveis são de tal má qualidade que, quando uma manicura é contratada, é preciso ainda treiná-la por mais de um mês, de forma que o próprio salão trata de suprir a demanda por qualificação técnica.

Nesse trabalho, os critérios de avaliação da boa profissional são a maestria na habilidade com os instrumentos, a *performance* física, e o comportamento com a cliente. A manicura é julgada em seu trabalho pelos proprietários, pelas colegas, mas, fundamentalmente, pelas clientes, e é esse último julgamento o mais importante para a manutenção de sua remuneração. Uma vez que o campo profissional não está consolidado, não há uma instância institucional formada pelos pares – as colegas de profissão – que atribua reconhecimento profissional à manicura, seja em forma de prestígio, seja em forma de diplomas. Assim, o julgamento da cliente resta como instância superior também para o seu reconhecimento. Em entrevistas a clientes cuja frequência ao salão de beleza é semanal e escolheram apenas uma manicura para atendê-las (clientes fiéis), perguntei o que foi decisivo para essa preferência. Pude perceber que os critérios de escolha são, ao final, parecidos com os utilizados pelos proprietários para a contratação. Somado ao preço acessível do serviço, uma manicura dificilmente fica sem emprego ou sem clientes:

> *A todos os clientes que minha tia tinha, ela falava de mim. Então foi bom, porque, automaticamente, se você trabalha bem, a cliente que veio passa para a seguinte, é, a corrente da vida. Você só precisa trabalhar bem. Eu já não dava mais conta das clientes, e tinha que pensar que tinha que terminar meu terceiro ano [de ensino médio]... (manicura Eliana)*

O percurso teórico realizado por Eliot Freidson sobre como uma ocupação atinge o *status* de profissão vai ao encontro da situação do trabalho das manicuras. De posse de uma arte de fazer, que é aceita e largamente consumida, dela as manicuras não obtêm reconhecimento social e nem boas vantagens financeiras, uma vez que não são profissionais com um saber técnico diplomado e exclusivo. No entanto, a ausência desse saber não é problematizada institucionalmente, não está reconhecida como um problema social. Destarte, boa parte das manicuras não possui tais conhecimentos consagrados institucionalmente. . Não há recompensa financeira por buscar qualificação profissional diplomada.

Espaço

Em São Paulo, em mais de vinte salões visitados, a manicura trabalhava em uma cadeira como essa abaixo, chamada popularmente de "cirandinha". O preço dessas cadeiras pode variar entre 170 e 789 reais, conforme alguns *sites* pesquisados[87]. A gaveta debaixo do assento é onde a manicura guarda o material em uso no momento. Ao seu lado, há também, em geral, um saco plástico onde ela deixa os resíduos de algodão, de esmalte, e os resíduos das unhas lixadas e das cutículas[88]. Entre salões havia variação do tamanho, da cor e do tipo de assento.

[87] Um exemplo: http://moveisparasalaomam.com.br/categorias/ver/10/cirandinha-manicure,

[88] As unhas e as cutículas retiradas são material biológico, passível de transmitir infecções pelo ar e por contato. Como tal, deveriam ser acondicionadas como lixo biológico e descartadas tão logo o serviço termine, em vez de serem acondicionadas num saquinho que acompanha a manicura por toda a sua jornada, conforme indicação de Cortelli (2012).

Figura 2: Anúncio do site "Perfumaria Monomie" de Cadeira de manicure "Cirandinha", em http://perfumariamonamie.wordpress.com/moveis-p-salao-de-beleza/, acesso em 02/04/2014.

Muito comum foi ver a manicura utilizando também uma maleta com sua coleção de esmaltes. Assim, na grande maioria dos salões visitados em São Paulo, a manicura pode acompanhar a cliente enquanto ela estiver recebendo uma escova ou outro serviço nos cabelos, ou pode atendê-la em uma cadeira de cabeleireiro que estiver vazia. Algumas vezes também fui atendida na própria sala de espera. Mas, se o carrinho serve para dar mobilidade à manicura, no salão, ele também foi encontrado em esmalterias, pois outra característica é que o carrinho promove maior aproximação com o corpo da cliente, desse modo ocupando menos espaço no salão. Assim foi que encontrei vinte manicuras atendendo em um espaço de cinquenta metros quadrados, insuficiente para o conforto de quem trabalha, segundo relata manicura desse salão:

> *Dor na coluna, problema de rim, meu joelho é todo estragado, porque eu coloco o pé da cliente em cima. É um espaço apertado para muitas manicuras. Às vezes você não*

> *consegue nem passar com o carrinho. Eu já cheguei a pegar no muque para ter de passar. Muita manicure para pouco espaço. (Manicura Eliana.)*

Arango também notou o caráter de subordinação que tal cadeira implica à manicura, assinalando ao mesmo tempo os danos que causa à saúde da trabalhadora:

> *En cambio, la prioridad otorgada al bienestar de la clientela, se expresa en la subordinación de los cuerpos de las manicuristas. En numerosos salones brasileños se há impuesto el uso de pequeñas sillas con rodachines. Las entrevistadas coinciden en que estas sillas ahorran espacio en los salones, ofrecen mayor comodidad a las clientas y les permiten atenderlas mientras les hacen corte, tintura o peinado, pero afectan la salud de las manicuristas, generándoles dolores de espalda y brazos*[89]*. (Arango, 2013, p.120)*

Desde 2011, tem aumentado a presença dos salões dedicados apenas aos serviços de manicure e pedicure. Alguns se intitulam "bar de unhas", uma vez que também servem bebidas alcoólicas, porém começa a ficar mais popular o nome de "esmalteria". Enquanto nos salões unissex, mesmo nos mais luxuosos, foi muito raro haver um espaço dedicado exclusivamente aos serviços de unhas, nas "esmalterias" apenas há estações de trabalho de manicure. Mesmo assim, em alguns desses salões é possível encontrar manicuras trabalhando em "cirandinhas".

As clientes, ou os clientes, por outro lado, em geral são alocados em cadeiras com assentos maiores que e de uso individual. Nos salões com preços a partir de dezoito reais, a cliente frequentemente é acomodada em uma poltrona. À luz do estudo da historiadora Vania Carvalho sobre a vida doméstica, o espaço da casa e o gênero em São Paulo, entre 1870 e 1920, parece-me proposital a diferença do tamanho e do

[89] Tradução livre: Em troca, à prioridade outorgada ao bem estar da clientela se expressa na subordinação dos corpos das manicuras. Em numerosos salões brasileiros foi imposto o uso de pequenas cadeiras com rodinhas. As entrevistadas assinalam que estas cadeiras economizam espaço nos salões, oferecem maior comodidade às clientes e lhes permitem atendê-las enquanto recebem cortes de cabelo, tintura ou penteados, mas afetam a saúde das manicuras, gerando a elas dores nas costas e braços.

conforto do assento entre manicura e cliente. Nesse estudo, a autora sustenta que uma cultura doméstica sexualizada é observável nos modos de agir prescritos a homens e mulheres, assim como sobre os objetos designados para um e outro. Vejamos a descrição da autora sobre a introdução da poltrona nos ambientes domésticos e os sentidos que estavam relacionados à utilização desse objeto:

> *Projetada em 1838 por um estofador francês, as poltronas, de grandes proporções, com estofados macios e assentos de mola que envolviam o corpo num convite ao relaxamento, transformaram o ato de sentar-se em uma experiência individual. Mais do que isso, amortecer os sentidos e imobilizar o corpo, a poltrona alimentou a construção de uma nova noção de conforto associada à necessidade de reposição de forças pelo alheamento dos sentidos. (Carvalho, 2008, p.211).*

Carvalho segue explicando que o conforto dirigido à individualidade estava diretamente ligado ao sexo masculino. A poltrona era um objeto que hierarquizava o conforto e ao mesmo tempo também servia como mais uma forma de enaltecer a figura dominante na sociabilidade do âmbito doméstico.

> *Em outras palavras, o privilégio do isolamento do corpo em um invólucro macio e personalizado tinha o efeito de valorizar o dono da casa perante a coletividade familiar. (Carvalho, 2008, p.212)*

Sugiro que, de forma parecida, a poltrona, nos salões de beleza, serve para prover conforto e relaxamento à cliente e ao mesmo tempo para enaltecê-la em relação à figura daquela que está não apenas trabalhando, mas, necessariamente, servindo-a. A poltrona somada à cirandinha ou ao banquinho, ás vezes sem encosto, formam o cenário de uma cena de trabalho com servilidade e subalternidade.

Tempo

São conhecidos, de acordo com estudos clássicos (Marx, 1988 [1890]) e recentes (Braga 2006; Dal Rosso, 2008; Fundacentro, 2009) os efeitos nocivos da intensificação do ritmo e da produção do trabalho à saúde do trabalhador. O tempo dado ao trabalhador para que desempenhe o serviço determina a qualidade das suas condições de trabalho, para não falar na qualidade do próprio trabalho. No caso das manicuras não é diferente, e o fato de não haver a remuneração do tempo de pausa é determinante para intensificar o seu ritmo de trabalho.

Como vimos, as manicuras são remuneradas por comissão, o que significa ser remunerada apenas pelo tempo do serviço prestado ao cliente. Se o trabalho da manicura compreende também o tempo de recompor suas energias, este não é incluído na remuneração em comissão. Na prática, as manicuras param de trabalhar por muito pouco tempo durante suas jornadas. A pausa do almoço é quase inexistente. Se, por um lado, não há impedimento por parte do salão para que a manicura decida bloquear trinta minutos ou uma hora de sua agenda para almoçar ou ir a algum compromisso, isso só ocorre se tiver mesmo muita necessidade de fazê-lo, pois essa pausa incide diretamente em seus ganhos e em sua reputação como profissional.

> *Você tem de ficar ali o tempo todo, e outra cliente que está lá não gosta de esperar, "male, male" pra você ir ao banheiro; nem para almoçar elas não gostam, como a gente também não gosta. Você vai ao salão e tem uma cliente na sua frente, você não vai querer que a manicure vá almoçar para depois te atender. Então isso aí é fato. E o que aconteceu? Eu cheguei a emagrecer vinte quilos dentro do salão e não sabia. Eu chegava a comer alguma coisa assim no fim do dia seis, sete horas da noite, nessa brincadeira fui indo, quando um belo dia eu fui pesar para ver, quase vinte quilos a menos! (Manicura Patrícia.)*

> *- A gente tem que chegar e buscar a nossa agenda (…) normalmente sou eu quem escolho, se é uma hora ou meia hora. Às vezes eu trabalhei quinta feira o dia inteiro. Eu não tive o tempo de olhar a minha agenda da sexta, quando eu vi, eu estou sem almoço. (…) É uma*

> *responsabilidade minha, pegar a agenda do mês inteiro e ir riscando. Já cheguei a almoçar às 18h00. Várias vezes eu almocei esse horário. Tem que tomar um suco, ou estar atendendo uma cliente e falar: "Olha eu vou tomar um suco". "Posso tomar esse suco?" "Já teve vezes da minha cliente sair e voltar com pão de queijo e suco para mim. (Manicura Carolina.)*

Os serviços praticados em salões de beleza de regiões centrais são os mais rápidos, segundo o que observei. No entanto, em alguns salões pequenos, de bairros residenciais de classe média, os atendimentos para o serviço de manicure ("fazer a mão") não demoravam mais do que quarenta minutos. A pedicure, não mais do que uma hora. A rapidez é uma forma de ter mais clientes por dia e uma exigência de clientes e proprietários. Na grande parte dos salões médios, que cobram entre dezoito e 23 reais pelo serviço de manicure, que atendem mulheres trabalhadoras de classe média, são reservados horários de quarenta minutos, e até mesmo de trinta minutos entre cada cliente e outra. Por isso, o principal quesito na contratação de uma manicura é se ela tem destreza e habilidade suficientes para manicurar em pouco tempo, sem machucar a cliente e sem acidentes. Como explica a manicura Carolina:

> *Tem dias que eu atendo cliente, final de semana, eu termino, já tem uma pessoa me esperando, é o tempo de eu lavar a minha mão, pegar uma água e sentar de novo, então assim... às vezes tem até cliente que fala assim: "Ah se você quiser levantar um pouquinho fique a vontade", só que eu não posso… (Manicura Carolina)*

Em esmalterias e em salões mais caros, os atendimentos foram mais longos, compreendendo o tempo de acomodar a cliente, servir-lhe uma bebida e, em alguns casos, massagens nas mãos. Principalmente, nesses salões a manicura movimentava-se com menos rapidez e, em alguns casos, usava luvas. Em conversa com manicura de um super salão de um *shopping center*, pude saber que o agendamento dos clientes é feito de maneira a garantir uma hora para cada cliente, e duas h oras se for para fazer pedicure e manicure.

A duração do serviço foi, em média, a mesma tanto em São Paulo quanto em Montréal: 40 minutos para fazer a manicure, e 1h20 para fazer manicure e pedicure.

O serviço de manicure no Québec

Em Montréal é predominante uma separação entre os salões que apenas oferecem serviços de cabelos e outros que apenas trabalham com serviços para as unhas, os chamados "*nail spas*". Nestes, há variedade nos tipos de serviços para as unhas: manicure simples, manicure regular, manicure *spa,* alongamento de unhas, manicure com unhas de gel, e também a mesma variação para os pés, sendo o serviço mais simples apenas a pintura das unhas e o mais sofisticado, a colocação de unhas acrílicas, feita por um(a) técnico(a) protético de unhas.

Como mencionado anteriormente, foram visitados doze salões especializados dentro da cidade de Montréal, e não em toda a região metropolitana. O serviço utilizado para observação e comparação foi o de "manicure regular", que se assemelha àquele mais consumido nos salões brasileiros, consistindo em: retirar o esmalte antigo, se houver; limpar, cortar e lixar as unhas; empurrar as cutículas e/ou retirá-las; passar um esmalte de base. Em Montréal, após essa fase de preparação, a manicura aplica um creme hidratante e massageia as mãos da cliente, por vezes até o antebraço. Algumas manicuras utilizam técnicas de *shiatzu*. A seguir, a cliente é solicitada a lavar suas mãos em um pequeno lavabo. A manicura prossegue aplicando o esmalte colorido, o esmalte de brilho e, em seguida, conduz a cliente ao secador de unhas, um pequeno aparelho dentro do qual ela deve manter suas mãos durante trinta minutos.

As "cadeiras carrinhos" não foram vistas em Montréal. Lá a manicura trabalhava em uma mesa feita especialmente para esse serviço, como mostra a imagem a seguir:

Figura 3: Foto retirada de anúncio de venda de mesa de manicure, no site Kijiji.ca

Nos salões de Montréal, a manicura atende as clientes em um posto de trabalho fixo, em vez de acompanhá-la em outros serviços. Com efeito, o enquadramento dessa experiência é diferente. Trata-se de um momento de auto-indulgência, de relaxamento, de autocuidado, uma experiência enquadrada muitas vezes como serviço de *spa*. Por isso, salões unissex têm uma sala reservada para a manicura, com música ambiente relaxante, aromas naturais no ar, iluminação reduzida e focada na mesa da manicura. Em outros, o salão é um lugar para relaxamento e diversão, decorado como um bar, para ir com amigas.

O serviço mais barato encontrado foi de quinze e o mais caro de cinquenta dólares canadenses (uma manicure regular com unhas de gel, que duram vinte dias em perfeito estado). Ter as unhas sempre feitas em salões de beleza não é costumeiro em Montréal, o que não quer dizer que não haja uso de unhas pintadas, pois há grande oferta de produtos para uso caseiro.

No Québec, exige-se qualificação formal para trabalhar como esteticista, mas não como manicura. Contudo, de acordo com o sistema oficial de ensino do Canadá, a profissão de manicura não existe por si só; ela está incluída nas atividades da esteticista. A estética é uma profissão que se aprende em um curso de DEP – Diplome de Études Professionelles, um nível técnico que pode durar entre seis meses e dois anos e meio, e que inicia o seu detentor em uma profissão. Os cursos de DEP de estética são ensinados por colégios públicos pré-universitários canadenses (CEGEP) ou por escolas particulares. A esteticista detentora do DEP está habilitada a trabalhar em todas as atividades desse ramo, que compreende eletrólises (eliminação de gordura localizada com aparelhos de estímulos elétricos), cuidados de embelezamento com a pele e o mesmo para as unhas.

Mas, para começar a trabalhar como manicura não são necessários todos esses estudos. Há escolas particulares que ensinam apenas o curso de manicure ou de colocação de unhas postiças, oferecendo um diploma que não é reconhecido pelo Ministério da Educação, mas que contém o nome da instituição (chamado de “diplome maison”. Nesse segundo caso, é possível obter formação mais rápida para ir ao mercado de trabalho. De fato, no Québec não há nenhuma lei que torne obrigatório possuir um

DEP para exercer o serviço de manicure; no entanto é preciso ter diplomas de cursos técnicos para comprar materiais em grande escala. Assim, há uma regulação indireta, o que não impede que trabalhadoras exerçam a profissão, subempregadas por outras que têm um certificado de DEP. Em nossas pesquisas sobre os cursos disponíveis no mercado, encontramos variedade de opções com relação ao preço e à duração, desde uma formação em dois dias, com professor particular em domicílio, até um curso de seis meses, nos fins de semana. Essa situação é bem semelhante às opções de formação que encontramos no Brasil.

A regulamentação para o funcionamento dos salões de beleza é mais flexível atualmente do que no fim dos anos 1990, segundo Leopoldo Bissonet, presidente do Comitê Setorial de Mão de Obra em Cuidados Pessoais. Ele informa que, antes, para abrir um salão de beleza, era necessário ter uma carta de mestre de cabeleireiro, isto é, ter o curso de formação, especializar-se por mais dois anos, e somar a estes dois anos de experiência profissional. Depois da desregulamentação feita pela Ministra das Finanças da época, Pauline Marois, qualquer pessoa com capital suficiente pode tornar-se proprietária de um salão e empregar cabeleireiros e esteticistas. Na opinião de Bissonet, isso fez com que se proliferasse o número de salões e que houvesse muito mais profissionais do que o mercado precisa – ele cita 30 mil cabeleireiros para 10 mil salões em atividade para uma população de pouco menos de dois milhões de habitantes.

Bissonet informa também que os novos proprietários de salão - que não têm formação especializada – pressionam o governo para que seja permitido abrir o salão em domingos e até tarde da noite, mas os empregados – representados pelo Comitê de Mao de Obra – querem ter o fim de semana livre. Esta é a posição do Sr. Leopold Bissonet, que é proprietário de salão, mas cabeleireiro com carta de mestre.

Bissonet também denuncia que há um grande mercado negro de profissionais sem diploma, em sua maior parte imigrantes que abrem pequenos salões em suas dependências residenciais. Apesar de não terem diploma de formação reconhecido pelo ministério da Educação, fazem cursos em escolas privadas (diplôme-maison) e, conseguem o certificado de ocupação que lhes permite abrir o salão devido à já citada desregulamentação. Tudo isso, para Bissonet, gera um enorme número de profissionais

de baixa qualidade que aceitam receber pouco e em dinheiro, sem registro em banco ou livro caixa, de forma a não pagar impostos.

De acordo com o *site* do Comitê Setorial de Mão de Obra em Cuidados Pessoais, em 2012 havia 50 mil trabalhadores cadastrados, entre os quais se incluem massoterapeutas, esteticistas, cabeleireiros, e técnicos em eletrólise[90]. Mais da metade destes profissionais, ainda segundo o Comitê, trabalha de maneira autônoma, ou em empresas de até cinco trabalhadores, o que cria dificuldades do mesmo em obter suas adesões.

As manicuras encontradas em minha pesquisa de campo em Montréal tinham origem asiática, na sua maior parte, e não dominavam o idioma oficial da cidade, o francês, mas falavam inglês. Diferente dos salões brasileiros e daqueles em que os funcionários eram canadenses, nos salões asiáticos houve homens realizando serviços sofisticados para unhas, como alongamentos e retoques de unhas em gel. Willet (2005) e Kang (2010) sugerem que, para os imigrantes, ingressar em serviços tipicamente femininos é uma saída com mais vantagens financeiras do que os outros empregos disponíveis.

Do total de salões de beleza contabilizados no *site Pages Jeunes* (Páginas Amarelas), de cadastro gratuito, 62% eram do tipo "*nail spa*". Entre os nove salões visitados, apenas em três fui atendida por manicura canadense. Nesses últimos, o serviço custou mais caro (média de 25 dólares canadenses). Eles estavam localizados em regiões nobres de Montréal (Plateau Mont Royal e Laurier), duravam em média cinquenta minutos (manicure regular), com marcas de esmaltes mais caras. Nos salões asiáticos, a manicura realizava todo o serviço em 35 minutos (sem contar a secagem das unhas, que ela não acompanha).

Não foi difícil manter um diálogo com as manicuras canadenses. Elas iniciavam a conversa apresentando-se, oferecendo uma bebida, e perguntando como conheci o salão. Ao responder qual era minha nacionalidade, era comum perguntarem como era o

[90] No Brasil, eletrólise também é conhecida como depilação a *laser*.

serviço de estética no Brasil. Nos três casos, as manicuras citaram os salões asiáticos como lugares de serviço inferior, pois não teriam a mesma preocupação com higiene e com o uso de bons materiais. Nesse ponto, as manicuras canadenses usaram da mesma ideologia apontada por Kang, sobre as manicuras coreanas, nos Estados Unidos[91]. Em relação ao resultado do serviço, como cliente, não percebi diferenças entre unhas pintadas em salões asiáticos e em salões tipicamente quebequenses.

A estratégia utilizada pelas manicuras asiáticas é oferecer um serviço simples, rápido, eficiente e de baixo preço. Para isso, lançam mão de lixas elétricas, potentes secadores de unhas e uma mesa própria com recipientes acoplados para o descarte de materiais. Porém, diferente das manicuras canadenses, não era fácil conversar com uma manicura asiática. Algumas não dominavam nem o idioma francês nem o inglês, o que tornava difícil para mim, brasileira, compreender o que diziam. Em outros casos, a manicura detinha-se em fazer o serviço rapidamente com destreza. Nas poucas vezes que consegui conversar, o idioma utilizado foi o inglês. Falávamos de como é adaptar-se ao clima frio e de como gostávamos de Montréal. Ambas tínhamos em comum estar em um país que não era aquele em que tínhamos nascido. A conversa foi muito agradável na maior parte das vezes.

Observei, assim, que não falar corretamente o idioma da cliente tem consequências na interação. Mesmo quando conheciam o francês e o inglês, algumas manicuras preferiam não falar, devido à pouca habilidade no idioma. Mas nem por isso deixavam de demonstrar a intenção de agradar a cliente e de esforçar-se para promover um momento agradável. O toque corporal ganhava essa função, o que nos serviços do *nail spa* traduz-se em massagens nos pés e mãos, que, às vezes, chegam ao antebraço ou ao joelho – algo que não faz parte, em princípio, de um serviço de embelezamento de unhas. Nesse sentido, a observação do trabalho das manicuras imigrantes foi especialmente interessante para verificar a pertinência do conceito de trabalho corporal de Kang (2003,2010)

[91] Por duas vezes houve insinuações de que os salões asiáticos seriam intermediadores de compra de produtos para preparação de drogas ilegais, como a acetona, que serve para o refino de cocaína.

Foi nas interações entre clientes e trabalhadoras de etnias diferentes que encontrei mais esforço físico por parte da trabalhadora. O mesmo pode ser dito das interações entre clientes e manicuras em salões de alto padrão em São Paulo entre as quais a distância social não é entre etnias, mas entre estratos sócioeconômicos Há, assim, participação desses atributos sociais (estrato sócioeconomico e etnia) modulando a interação de serviço.

Trabalhar na casa da cliente [92]

As principais diferenças entre trabalhar em um salão de beleza e na casa da cliente estão no espaço e no tempo.

> *Eu controlo, entendeu? O que é bom de trabalhar para eu mesma é que é tudo de bom! Primeiro que eu adoro fazer unha! Segundo, que minhas clientes não são clientes egoistas. Se eu ligar e falar "olha eu não posso ir"..elas dizem "está bom!" (Manicura Nice).*

Entre as vantagens, a do controle do tempo é uma questão ambígua, pois se a manicura pode controlar melhor sua agenda de clientes porque é autônoma, submete-se ao tempo doméstico quando está na casa de uma delas.

> *Mas quando você atende em domicílio é complicado, porque eu chego na sua casa, e aí você é casada, tem seus filhos: "ah só um minutinho eu vou dar banho na fulana, vou fazer uma comidinha" tem isso tem aquilo, então você acaba perdendo tempo. Então o trabalho que levaria uma hora, uma hora e meia, até duas horas, vai levar duas horas e meia, três horas. Então acaba realmente ocupando um tempo maior. (Manicuro Claudio)*

Nem todas as clientes estão com o material pronto quando a manicura chega. Na casa, a temporalidade é a da cliente. Se decidem atender ao telefone, a manicura deve esperar.

> *Eu prefiro trabalhar no salão. Porque desgasta muito você ficar no trânsito. Você perde muito tempo ficando de um lado para outro. Você perde tempo. Porque se está no salão termina uma já tem outra. É uma sequência da*

[92] É comum que uma manicura trabalhe em salão de beleza e também em domicílios, de forma que é impossível não abordar esse modo de trabalhar. Neste estudo, o foco não está no trabalho em domicílio, mas é importante falar dele para mostrar como é justamente o aspecto situacional, de caráter comercial do salão que define certas condições interacionais entre manicura e cliente, típicas da interação pública. Esta parte texto refere-se ao trabalho de manicuras brasileiras na casa de clientes em São Paulo e em Montréal.

> *outra. Assim é muito melhor. Eu agora estou conseguindo trazer as clientes para serem atendidas na minha casa. Lancei uma promoção. Toda quarta-feira, o preço assim dez dólares abaixo para elas virem conhecer a minha casa, serem atendidas aqui. (manicura Priscila)*

Por outro lado, o ambiente da casa é aconchegante para uma interação entre manicura e cliente que se conhecem há muitos anos e mantêm uma relação de amizade. Patrícia só atende clientes que já conhece e que indicam amigas, estabelecendo uma clientela conhecida com a qual se sente à vontade:

> *Então já pega o cigarro, já pega o café e já põe tudo ali, e a gente já fuma, isto quando a cliente fuma também. (Manicura Patrícia)*

No trabalho em domicílio, Patrícia atende clientes de quem gosta. O trabalho em domicílio só não é hoje a sua principal fonte de renda porque ela prefere manter seu emprego como copeira, que lhe dá acesso à seguridade social.

4. A INTERAÇÃO PESSOAL COMO TRABALHO

Neste capítulo finalmente vamos à análise daquilo que está aos olhos de quem vai a um salão de beleza: a interação entre manicura e cliente. Será necessário, em primeiro lugar, apresentar a ordem da interação como perspectiva de análise. Depois, voltar às observações feitas nos salões, interpretando-as à luz das entrevistas realizadas com as manicuras. Uma vez que o objetivo da pesquisa é o processo de trabalho desse serviço e não o seu uso, o ponto de vista das manicuras será privilegiado no mapeamento das regras da interação.

A CBO – Classificação Brasileira de Ocupações, em sua versão de 2002, oferece um anexo com as atividades de trabalho de cada ocupação. O serviço de manicure está enquadrado na família 5161 (ocupação 5161-20), sendo-lhe atribuídas as seguintes tarefas:

> *Remover o esmalte; retirar a cutícula; alongar as unhas (todo tipo de unha postiça); massagear pés e mãos; limpar o ambiente de trabalho; selecionar material; preparar produtos para aplicação; agendar clientes; cortar, lixar, polir, esmaltar, desencravar as unhas; hidratar pés e mãos (lâmina ungueal); fazer peeling de pés e mãos; empurrar a cutícula; decorar as unhas; esterilizar material; realizar assepsia;*
>
> *Preparar o ambiente; diagnosticar as condições de pele, corpo, cabelo, unha, etc.; mostrar o resultado; controlar estoque de produtos; higienizar material; acompanhar o atendimento do cliente; negociar preços e sálarios; coordenar equipe de trabalho; selecionar equipe; preencher a comanda; cadastrar clientes, organizar mala direta, organizar o material; comprar produtos e manter equipamentos, receber demonstradores e fornecedores; administrar recursos; vender e testar produtos, acessórios e equipamentos; recepcionar clientes; consultar suporte técnico do fornecedor;*
>
> *Orientar sobre estética e cuidados especiais; indicar produtos; assessorar o cliente sobre tendências da moda; participar de cursos; participar de palestras e concursos, eventos e treinamentos (técnica de visagismo); reconhecer a composição dos produtos;*

> *Abordar o cliente de maneira correta; demonstrar bom senso profissional; demonstrar ética; administrar situações adversas; demonstrar postura; aplicar os direitos e deveres profissionais; manter o bom humor; ouvir atentamente (saber ouvir); trabalhar com segurança; manter-se paciente; orientar sobre serviços disponíveis; demonstrar noções de etiqueta social; trabalhar em equipe; manter-se adequadamente calado (saber calar); cuidar da aparência; demonstrar criatividade; cultivar a sensibilidade; inspirar confiança e credibilidade.*

Essa descrição é bastante fiel ao observado nos salões. A CBO 2002 foi feita em conjunto com profissionais de cada ocupação e, por isso, exibe lista tão detalhada. Com exceção do segundo bloco, que descreve a organização do ambiente de trabalho, todas as ações descritas são feitas em meio a interações sociais com clientes. É esse aspecto do trabalho da manicura que será analisado adiante.

A interação social é definida por Goffman como "a influência recíproca dos indivíduos sobre as ações uns dos outros quando em presença física imediata" (Goffman, 2005 [1959], p.23). Ela pode ser explicada e descrita como uma cena, com o que Goffman chama de "abordagem dramatúrgica". Nela considera-se que, nas interações pessoais, os indivíduos desempenham papéis sociais - "direitos e deveres ligados a uma determinada situação social" – e o fazem por meio de representações, definidas como:

> *toda atividade de um indivíduo que se passa num período caracterizado por sua presença contínua diante de um grupo particular de observadores e que tem sobre estes alguma influência. (Goffman, 2005, p.29).*

As interações sociais face a face são os momentos que fazem a vida em sociedade. Na obra de Goffman, aprendemos que as interações constituem um nível *sui generis* de apreensão do social, uma das ordens sociais, assim como são a ordem econômica e a ordem política. No entanto, Goffman sustenta que a ordem da interação não deve ser estudada como uma consequência da dinâmica entre as outras ordens sociais. O exame das interações sociais nos leva ao "aspecto situacional de cada

situação", ou seja, àquilo que ocorre somente e devido à presença mútua e imediata entre pessoas. Apreender esse aspecto é sair de uma mirada dedutiva; é buscar a lógica própria que organiza os momentos - o que não significa que eles sejam organizados sem nenhuma informação estrutural-social.

Em vez de imaginar uma pura determinação das estruturas sociais sobre os comportamentos humanos em sociedade, ou de conceber a sociedade como a pura soma dos comportamentos dos indivíduos em relação uns aos outros, Goffman sustenta que é necessário desvelar os quadros, jogos, cenas, dentro dos quais as ações humanas ocorrem. Não só descrever os objetivos, ideologias e culturas que movem tais ações, mas a rede que é feita por elas mesmas, como as pegadas que formam um caminho ao caminhar. As relações entre uma ação e outra não existem todas *a priori*, informadas pela cultura ou por um capital social, mas também são criadas e recriadas à medida que são vividas. A interação como domínio de análise deve existir para que se possam entender as ações humanas em toda a sua complexidade, além de um mero determinismo, ou de um individualismo supremo. Dado esse âmbito de análise do social, pode-se investigar como ele se relaciona com as outras ordens sociais estruturais.

Diante de tal explicação abstrata, é quase inevitável citar as próprias palavras do autor. É já no seu último texto que Goffman justifica a necessidade de fazer tal recorte da realidade social:

> *Em geral, a justificação de uma tal excisão da vida social deve ser a mesma que para qualquer outra extração analítica: o que significa que os elementos contidos nesse domínio estão mais intimamente ligados entre si que a elementos situados no exterior da ordem; que a exploração das relações entre diferentes ordens é uma tarefa crítica; um tema em si, e que uma tal investigação pressupõe a prévia delineação das diferentes ordens sociais; que o fato de isolar a ordem da interação fornece um meio e um motivo para examinar comparativamente diferentes sociedades, assim como para estudar historicamente a nossa". (Goffman, 1999 [1982], p. 196-197).*

Explicar os intensos vínculos que encontrei entre as manicuras e suas clientes fiéis, algumas há mais de vinte anos, que vencem as distâncias sócio-espaciais da

metrópole paulistana, e as distâncias sociais entre pessoas de colossal diferença financeira, parece-me impossível sem passar por esse âmbito de análise. A descrição feita pelas manicuras sobre o que dá sentido aos seus trabalhos – e não aos seus empregos – aborda quase totalmente aspectos evidenciados pela análise da interação pessoal.

No caso da manicura, o serviço prestado por ela só pode existir dentro de uma interação face-a-face e corpo-a-corpo. Sua análise na ordem da interação dá-nos uma visão minuciosa sobre as diferenças existentes entre a manicura trabalhar num salão de beleza, em domicilio, ou em sua própria casa, pois leva nosso olhar para a situação de trabalho, permitindo a percepção do quanto as condições de realização podem ser afetadas de acordo com as regras da interação.

Além disso, nesta pesquisa há a intenção de verificar como as condições de trabalho da manicura, observadas nas interações que constituem a "atividade" e naquelas que fazem a manutenção do "emprego" fazem transparecer a consubstancialidade das relações sociais de sexo, de classe e de raça.[93] Ou seja, neste momento, é necessário dirigir a pesquisa para a mencionada "*exploração das relações entre diferentes ordens.*"[94]

Priscila Vieira (2010) utilizou o interacionismo simbólico para estudar a situação da procura de trabalho, de busca de emprego e também optou por seguir os caminhos teóricos de Goffman, para quem "a situação estrutura a conduta social. Essa relação de estruturação se dá através de códigos culturais, da manipulação desses códigos e da interpretação da situação por parte dos agentes." (Vieira, 2010, p,43) É esse sentido da obra de Goffman, ressaltado por Vieira (2010), que a faz servir a esta análise: um

[93] Neste sentido, parto das conclusões de Arango *et al* (2010, 2012) sobre os salões de beleza de Bogotá: os serviços de beleza são usados para distinção social. Isso faz com que a prestação do próprio serviço carregue esforços de diferenciação.

[94] Cabe uma explicação do que Goffman entende por ordem social. "Rapidamente, uma ordem social pode ser definida como a consequência de qualquer conjunto de normas que regulam a forma com a qual pessoas buscam atingir objetivos. (…) Parece haver vários tipos de ordem social – exemplos importantes são a ordem legal e a econômica. Dentro de cada uma dessas ordens, o comportamento simples se transforma num tipo de conduta correspondente" (Goffman, 2010 [1963], p.18).

sentido que busca compreender a dinâmica própria de uma situação, mas, ao mesmo tempo, relaciona-a com as condutas sociais que não podem ser ignoradas pelos atores e que até mesmo são utilizadas por eles em seu favor. A atividade de trabalho da manicura, na medida em que é um serviço prestado diretamente a uma pessoa, tem um aspecto situacional que deve ser levado em conta na análise.

O estudo da interação é mais do que o estudo do comportamento de cada um dos indivíduos juntos; envolve também "as relações sintáticas entre os atos de pessoas diferentes em presença mútua." (Goffman, 1982 [1967], p. 2). Essas relações são abordadas ao longo da obra de Goffman por meio de três grandes metáforas. A primeira é a do teatro, a observação das interações face a face como se fossem uma cena. Nessa perspectiva, o foco está na representação que a manicura faz para a cliente. Em campo, dever-se-ia observar a performance[95] - a "atividade de um determinado participante, em dada ocasião, que sirva para influenciar de algum modo, qualquer um dos outros participantes" (ibidem).

As outras duas metáforas são a do ritual e a do jogo. Com a metáfora do ritual, Goffman destaca a função de afirmação de valores sociais que existe em toda interação, chamando atenção para o "compromisso de trabalho" ou "consenso operacional" que há entre os que interagem: a evitação do embaraço, e a adequação às normas sociais e às expectativas engendradas por seus papéis sociais. Com efeito, essa perspectiva cabe na análise da interação da manicure com sua cliente, sobretudo se for lembrado que há marcadores sociais bem definidos, que caracterizam o espaço do salão de beleza, como o fato de ser frequentado majoritariamente por mulheres (tanto as que consomem quanto as que trabalham nele) e ser espaço de afirmação de signos associados à feminilidade, como foi observado no capítulo anterior.

E há a metáfora do jogo. Há o controle das impressões pessoais na interação, usado não somente para evitar elementos de desestabilização do sistema, como o embaraço, mas também para manipular as situações de maneira a atingir determinados

[95] Na tradução brasileira está presente a palavra desempenho, mas a leitura da obra na língua original leva-nos a usar a palavra *performance*, também usada em português no mesmo sentido que tem em inglês.

objetivos. Esse controle é regulado todo o tempo pelas respostas recebidas, já que num sistema interacional não há apenas um emissor e um receptor[96], mas ambos cumprem os dois papéis. Na metáfora do jogo, os que interagem calculam suas jogadas. Há, portanto, não apenas uma cena, mas um jogo, entre esses agentes que, na maior parte das situações sociais, não jogam em iguais condições de representação.

Podemos então concluir que a interação é feita de tudo o que ocorre entre duas pessoas que sabem da presença uma da outra - olhares, gestos, falas, imagens, sons, manifestações corporais. O exame de uma interação é o exame de detalhes de uma situação.

Que tipo de interação é a que existe entre manicure e cliente? No caso desta pesquisa, trata-se de uma situação frequente, que pode conter em si condutas padronizadas, mas que nunca deixa de ter a representação de um *self*, a defesa da uma fachada[97] e o jogo de manipulação de impressões pessoais.

Self é a versão de nós mesmos apresentada à sociedade durante nossas interações. Na sua abordagem dramatúrgica, Goffman sugere que em cada interação o *self* não é simplesmente vivido e demonstrado, mas é também representado. Existe uma atuação que, de acordo com uma fachada adequada, ressalta valores positivos e esconde valores negativos, inadequados ao equilíbrio da interação, que é sempre um sistema no qual todos os interagentes estão de acordo em evitar uma situação embaraçosa. Toda interação tem um caráter moral, implícito nas projeções que o ator faz da sua plateia, e vice-versa. Por isso há o "trabalho de fachada" (*face-work*), isto é, o de imprimir ao *self*

---

[96] Na obra *Frame Analysis*, Goffman abandona esses termos, pois reconhece que mesmo o receptor tem um papel ativo na interação, ao interpretar e julgar o emissor da vez, e este, por seu turno, tenta captar esses julgamentos para modular sua conduta.

[97] Cada indivíduo sustenta uma fachada (face, no original em inglês) numa interação. Nas palavras do autor: "Face may be defined as the positive value a person effectively claims for himself by the line others assume he has taken during a particular contact" (Goffman, 1962, p.5) Tradução livre: Fachada pode ser definida como o valor positivo que uma pessoa eficazmente reivindica para si, de acordo com a linha que os outros assumiram ter ele tomado durante um determinado contato.

valores adequados, esperados na interação. Esse trabalho é contínuo, permanecendo durante toda a interação.

As interações sociais de serviços

Não é uma coincidência o fato de Goffman apresentar a abordagem dramatúrgica das interações face-a-face com diversos exemplos de interações em serviços pessoais. Para Isaac Joseph (BIB, 2000), Goffman respondia à inspiração de Everett Hughes, sociólogo que comandou os primeiros estudos sociológicos sobre ocupações e o desenvolvimento do profissionalismo (Hughes, 1971). Interessado nas ações que fazem a vida cotidiana, Goffman parte da avenida aberta por Hughes.

É possível dividir em três grandes blocos a bibliografia levantada em sociologia que versa sobre o trabalho de servir. Os estudos da sociologia urbana da Escola de Chicago perceberam uma via fértil para explicar os processos sociais que formavam a vida urbana no estudo das ocupações. Nos estudos de Everet Hughes e seus alunos, como Erving Goffman, William Foote-White, Anselm Strauss (cf. Cartier, 2005), e Eliot Freidson, predominaram as ocupações que ocorriam em meio às interações sociais, ou seja, as interações de serviços.

Há um grupo de estudos franceses (ou de inspiração francesa) que também buscou definir as especificidades do trabalho nos serviços, e como ele se diferencia da produção de um produto material (Barcet e Bonamy, 1999; Zarifian, 2001; Gadrey, 2001; Fougeyrollas-Scwebel (coord), 2000; para citar alguns). O conceito de “relação de serviço” tornou-se chave nessa literatura, com grande contribuição do feminismo, pois permite explicar a alocação das mulheres nesse setor, colocando em evidência, em sua produção, o uso da divisão sexual do trabalho e das competências sociais (Fougeyroullas-Schwebel (coord), 2000). Phillipe Zarifian destaca-se, ao propor que a mensuração do valor do trabalho nos serviços não se dá pelo tempo, mas por quatro dimensões de julgamento:

> *"O serviço é definido como uma transformação realizada nas condições da atividade e nas disposições de ação do destinatário, e submetido a um julgamento avaliativo, que pode recair sobre quatro tipos: julgamento de utilidade, de justiça, de solidariedade e estético"* [98] *(Zarifian, in Fougeyrollas-Scwebel, 2000, p.20).*

Ao ressaltar o valor do serviço pelo julgamento, a perspectiva da relação em questão pode demonstrar que é trabalho o uso das competências sociais construídas na divisão sexual do trabalho, como o cuidado, por exemplo.

Mas, como disseram Borzeix (2000) e Fougeyrallas-Schwebel(2000), a expressão "relação de serviço" é polissêmica, e pode designar tanto "um conceito como uma experiência cotidiana, uma orientação em matéria de ação pública e até um discurso gerencial", como em tantas empresas, em que é salientado que uma repartição está a serviço da outra, por exemplo (Borzeix, 2000). Em todos os casos, o que é possível dizer é que a relação de serviço é uma relação de dedicação ao outro, seja esse "outro" uma pessoa ou uma organização, e que o trabalho num serviço estará orientado ao outro, como uma ação social, nos termos de Weber (Borzeix, 2000). É essa orientação ao outro que é o específico do trabalho nos serviços. Interessante notar que Borzeix relembra que o termo "relação de serviço" (*service relationship*) já era abordado nos estudos de Everett Hughes e Foot White e, posteriormente, de Goffman, que tinham particular interesse no estudo das ações - interações – orientadas para outrem.

O terceiro grupo de estudos, mais recente, retoma uma definição que destaca a interação pessoal e a participação do cliente na produção do serviço (Macdonald e Siriani, 1996). Por um caminho teórico diferente - que se inicia com a constatação de que emoções e características pessoais íntimas dos trabalhadores são instrumentalizadas

---

[98] Tradução livre de: "Le service est défini comme une transformations réalisée dans les conditions d'activité et les dispositions d'action du destinataire, et soumis à um jugement évaluatif, qui peut relever de quatre grands types: jugement d'utilité, de justice, de solidarité et esthétique".

– observa o controle sobre o processo de trabalho por meio do controle da *performance* do trabalhador (cf.Korczynki e Macdonald, 2009). No entanto, esse enfoque ressalta menos a divisão sexual do trabalho, que resulta na construção social das competências requeridas nas atividades de trabalho, e mais a interseccionalidade das relações de dominação de classe, raça e gênero na concepção do serviço a ser prestado, seguindo o conceito proposto por Kimberlé Crenshaw (2003). Junto a esse último grupo, que gravita em torno do conceito de "trabalho emocional", encontra-se a maior parte dos estudos sobre os serviços de beleza.

Tipos de interações de serviço

Observando o grande crescimento desse setor na sociedade norte-americana, Barbara Gutek (1996) nota que as interações sociais que ocorrem nas prestações de serviços são cada vez mais frequentes e tendem a transformar-se à medida que vão sendo incorporadas à economia capitalista. Outrora somente entre pessoas, agora os serviços pessoais podem ser comprados de organizações, o que enseja repercussões nas interações que os compõem.

Nesta pesquisa, considera-se que os serviços pessoais são aqueles de consumo individual, prestados diretamente à pessoa do cliente. Não são de consumo coletivo ou de apoio a outros processos de produção (um professor de educação básica não está prestando um serviço pessoal, por exemplo, mas um professor que dá aulas particulares, sim). Podem ser prestados por autônomos em pequenos estabelecimentos ou no domicílio, assim como em grandes estabelecimentos, até mesmo por franquias, por mais de um trabalhador para apenas um(a) cliente. Trata-se de um amplo setor heterogêneo sobre o qual é difícil construir uma definição única e específica. Uma característica é comum a todos e fundamental: a necessidade da participação do cliente no momento da produção do serviço e o fato de existir a interação pessoal (face-a-face ou voz-a-voz).

Seguindo a definição de Barbara Gutek (1995), a interação de serviço é aquela existente entre um cliente e um provedor, o primeiro sendo entendido como "qualquer

receptor, paciente, estudante ou consumidor de qualquer tipo de produto ou serviço" (p.?), enquanto o provedor pode ser um trabalhador, um profissional ou uma organização com trabalhadores próprios. De um ponto de vista amplo, pode-se dizer que há interações de serviço dentro de um processo de trabalho, quando um departamento espera o serviço de um outro para continuar uma tarefa. Mas a expressão "interação de serviço" aqui em questão envolve a troca do serviço por dinheiro, da qual o provedor do serviço depende para sobreviver.

O aumento das empresas que oferecem serviços torna mais comum a relação triangular cliente – gerente – trabalhador, diferente do caso da prestação direta do serviço pelo trabalhador autônomo. Para Gutek, à medida que a economia capitalista se torna mais e mais presente no setor de serviços pessoais, cresce o controle sobre a interação com o cliente em busca do aumento da produtividade e do lucro. As principais inovações ocorrem no formato das interações de serviço (Gutek, 1996, p.6), que passam a ocorrer dentro de dois padrões: encontros ou relacionamentos.

Relacionamentos ocorrem quando o cliente tem repetidos contatos com o mesmo trabalhador prestador do serviço. Para um e outro há uma expectativa de interação futura e, por isso, ocorre a manutenção da relação a cada interação:

> *They expect and anticipate future interaction, and over time they develop a history of shared interaction that they can draw on whenever they interact to complete some transaction. (Gutek, 1996, p.7)*

Além disso, com a frequência, os comportamentos tornam-se mais previsíveis, facilitando a próxima prestação de serviço. Já as interações que ocorrem dentro de "encontros" não serão repetidas no futuro. O cliente poderá ser atendido a cada vez que consome o serviço por um trabalhador diferente, que não terá nenhum histórico sobre o qual se apoiar para criar roteiros de comportamento. Cliente e prestador de serviço não se conhecem e continuarão estranhos, sendo que os trabalhadores são "funcionalmente equivalentes" entre si. O serviço será o mesmo, seja quem for o trabalhador prestador. As interações de encontro não criam nenhum tipo de laço.

Para Soares (2002), a distinção feita por Gutek entre os encontros e as relações é necessária para dar relevo à dimensão relacional envolvida nos serviços, frequentemente invisível porque não é considerada “trabalho”. É na observação precisa dessa “dimensão relacional” que é possível perceber “as diferenças e desigualdades que se (re)produzem no trabalho” (Soares, 2002, p.233), presentes na definição de quais serão as competências sociais exigidas e quem deverá desempenhá-las. Assim, por exemplo, as mulheres serão alocadas para serviços de atendimento pessoal ao cliente em que possa haver mais contato corporal, já que lhes é atribuída a competência social do toque delicado. No entanto, essa mesma competência não é reconhecida como trabalho, mas vista como um dom aproveitado no serviço. Nesse sentido, a reflexão de Soares encaminha-se para os estudos do trabalho de cuidar (*care-work*), tal como conceituado por Guimarães e Hirata (2012).

As interações de encontro estão mais presentes entre os serviços do “proletariado emocional” e têm forte grau de roteirização e controle do comportamento dos trabalhadores (Macdonald e Siriani, 1996). As interações de relações são as que abrigam maior sentido do trabalho e exigem menor grau de trabalho emocional; a evitação de embaraços é feita com o aprendizado das interações anteriores.

A interação do serviço de manicure pode ocorrer tanto dentro de “encontros” quanto de “relacionamentos”. Quando o trabalho da manicura ocorre num salão de beleza, em uma via comercial da cidade, ela fica mais sujeita a atender clientes em encontros. Nos salões, é possível ter as unhas feitas sem marcar horário, desde que haja manicuras disponíveis no momento. Porém, tanto em salões como em domicílio, as interações entre manicuras e clientes tendem a ocorrer dentro de relacionamentos. Quando a manicura passa a receber a mesma cliente com frequência, é porque o seu trabalho foi bem sucedido, sendo essa fidelidade da cliente um dos objetivos da *performance* interacional da manicura.

A interação no serviço de manicure pode ocorrer num ambiente institucionalizado, o salão de beleza. Quais as implicações desse ambiente nessa interação? Por que é tão rara a presença de homens heterossexuais num salão de beleza, mesmo este sendo unissex? Quais valores sociais são sustentados ou afastados? Como a

manicura trabalha dentro das regras dessa interação de serviço para conseguir o melhor resultado em sua remuneração, posto que é variável de acordo com a quantidade de clientes?

A interação social no salão de beleza

O serviço de manicure pode ser prestado em diversos tipos de espaços sendo essa uma característica decisiva para muitas mulheres que abraçaram esse ofício. É possível encontrar manicuras trabalhando em salinhas pequenas somente com duas cadeiras; em modestos salões de beleza unissex, num grande salão luxuoso, com enormes paredes de vidro em de um *shopping center*, em barbearias, na casa de clientes, em suas casas, em empresas, e também em corredores de lojas de cosméticos. Encontra-se uma variedade de cenários quando falamos do serviço de manicure, o que enseja uma variedade de regras nessas interações. Neste estudo, duas situações foram mais freqüentes entre relatos de manicuras e clientes: o serviço prestado no salão e aquele prestado na casa da cliente.

Black (2004) classifica os serviços oferecidos em salões de beleza em quatro tipos: 1) serviços para agradar-se (no original em inglês, "*pampering*"), 2) embelezar-se ("*grooming*"), 3) tratamento de saúde e 4) tratamentos de correção da aparência. Cada um desses serviços tem um tipo de clientela, o que significa que cada tipo de serviço gera um tipo diferente de interação com o cliente. O primeiro tipo é para o cliente que quer dar um presente a si mesmo, recebendo cuidados relaxantes. Estão mais em jogo sensações corporais e psicológicas de bem-estar. O segundo tipo dirige-se àquele(a) que quer estar belo(a), arrumado(a), para estar adequado(a) a qualquer ocasião social. O salão de beleza é o lugar que lhe pode oferecer apresentar-se com aparência melhor do que a que é capaz de realizar em si mesmo. O terceiro tipo (tratamento de saúde), é relacionado à prevenção de doenças, ao asseio, à higiene, como cortar as unhas, e o tratamento das unhas dos pés, por exemplo. O quarto tipo (tratamentos de correção)

serve ao cliente que precisa adequar sua aparência à normalidade, que quer evitar ser estigmatizado, como uma mulher que perdeu os cabelos e recorre ao uso de uma peruca, ou que não quer ser associada à velhice, exibindo seus cabelos brancos.

O salão de beleza é local gerador de *uma ocasião social*, conceito usado por Goffman para definir

> *"um acontecimento, realização ou evento social mais amplo, limitado no espaço e no tempo, e tipicamente facilitado por equipamentos fixos; uma ocasião social fornece o contexto social estruturante em que muitas situações e seus ajuntamentos tem probabilidade de se formarem, dissolverem e reformarem, e um padrão de conta tende a ser reconhecido como o padrão apropriado e (frequentemente) oficial" (p.28).*

Essa ocasião aparece em meu diálogo com a manicura Priscila, que trabalha em domicílio, mas gostaria de ter seu próprio salão para receber as clientes:

> *Priscila: Eu gostaria de ter um local só para atender as minhas clientes. Isso que eu mudaria. Oferecer um lugar só para atendê-las (…) Um lugar neutro. Nem na casa delas, nem na minha. Um local só para atender.*
>
> *Juliana: Qual seria a vantagem?*
>
> *Priscila: A vantagem é que eu não ficaria me desgastando e perdendo tempo com trânsito.*
>
> *Juliana: Mas isso você também consegue trabalhando em casa.*
>
> *Priscila: Na minha casa?*
>
> *Juliana: É. Você também não fica no trânsito quando você trabalha na sua casa.*
>
> *Priscila: Sim. Mas eu acho que você receber a visita de um cliente que envolve todo esse trabalho de manicure é diferente. Entendeu?*
>
> *Juliana: O que é que muda?*
>
> *Priscila: Eu acho que muda todo assim o astral da pessoa chegar num ambiente onde ela sabe que ali é um lugar só de*

> *fazer unha. Entendeu? Que ela está lá para se embelezar. Para a brasileira isso tem muito valor. Entendeu?*

Assim é que o salão de beleza oferece um ambiente para que haja "situações sociais"; e que no salão, um conjunto de pessoas presentes ao mesmo tempo transforma-se em um "ajuntamento":

> *por estarem numa situação social, por sua vez dentro de uma ocasião social, os indivíduos modificam sua conduta de muitas formas orientadas normativamente. As pessoas presentes umas para as outras são assim transformadas de um mero agregado em uma pequena sociedade, um pequeno grupo, um pequeno depósito de organização social. (Goffman, 2010 [1963], p.259)*

O salão de beleza, é, desse modo, um lugar de comportamentos ritualizados – o que não significa a existência de uma etiqueta obrigatória para todos os salões. A partir das minhas observações, em São Paulo e em Montréal, percebi a existência de gestos, ações e toques típicos de um salão de beleza e, principalmente, típicos entre manicura e cliente. Um exemplo: no salão de beleza, uma mulher pode pedir para a manicura abrir sua bolsa, pedir-lhe para pegar sua carteira, abri-la e retirar o dinheiro ou o cartão para pagamento do serviço prestado, e ainda pedir à própria manicura que tire a quantia exata da gorjeta. Fora de um salão de beleza, é quase impossível algo assim.

Os estudos brasileiros apontam o salão como uma ocasião social regular e ressaltam a sociabilidade lúdica (Simmel, 1983) como uma de suas funções. Apoiados em uma pesquisa etnográfica e no uso do conceito de "arte de fazer", de Michel de Certeau, Silveira e Soares (2007) abordam o ofício de um barbeiro na comunidade de Icoaraci, bairro de Belém do Pará. Os autores ressaltam como a empiria do barbeiro constrói o seu saber, que compreende não só aparar os pelos da face de seus clientes, mas também

> *a sua forma de se relacionar com seus clientes, também inserida num processo de aprendizagem e aquisição de experiência quanto ao atendimento ao público. A barbearia é, então, o espaço onde tais fenômenos emergem como elementos importantes nas interações do senhor com o*

> *público que busca seus serviços. Isso porque, diante do jogo intersubjetivo vivido na relação proximidade-distância entre o barbeiro e seus clientes é que acontecem as manifestações formais do processo de sociação (Simmel, 1983) no meio urbano belemense.*

Para esses autores, o barbeiro conquista sua clientela fixa com sua simpatia, somada ao seu bom serviço. O serviço do barbeiro não ocorre em uma relação puramente comercial. Entre aqueles que retornam à barbearia é estabelecida uma relação de "dom e contra-dom entre o barbeiro e o freguês – afirmam os autores, inspirados nos conceitos de Marcel Mauss (1974).

O maior e mais aprofundado estudo sobre os salões de beleza, no Brasil, é a tese de doutorado de Patricia Bouzón. A autora realizou etnografias em três salões da cidade do Rio de Janeiro, que representariam três tipos de clientela: um pequeno salão, na região central, frequentado por camadas populares aos preços mais acessíveis possíveis; um grande salão, num bairro de camadas residenciais com alto poder aquisitivo e, para sair do contraste que os dois salões proporcionariam, a autora incluiu a observação de um salão,considerado de "classe média"[99]. No seu estudo, o salão de beleza é uma instituição de reprodução e produção de identidades sociais. A sociabilidade é retratada como um dos motivos de existência do salão de beleza, tanto quanto a sua função de embelezar corpos.

> *(...) os salões de beleza não apenas são locais em que se dá um tipo específico de manipulação estética de corpos, mas existe uma outra dimensão, tão importante quanto a primeira, que não pode ser ignorada. Refiro-me à questão da sociabilidade pública. É importante enxergar o salão*

[99] Conforme a própria autora informa, "a opção por fazer um recorte nos salões de beleza a serem investigados a partir de critérios de "classe" foi muito menos baseada em critérios socioeconômicos descritivos (como renda, ocupação, grau de instrução etc.) e muito mais pautada em termos de *ethos* e visão de mundo. Compartilho da opinião de Bourdieu (1974), para quem a definição de classes como uma estrutura estática não é a melhor forma de análise" (Bouzón, 2010, p.16). Com efeito, nesta pesquisa, assim como também nos estudos de Luz Arango, há uma variação dos salões de beleza destinada a congregar pessoas que se identificam em uma posição de classe social semelhante. Assim, os salões de beleza que são frequentados por um alto extrato social dificilmente receberão a visita de alguém de um cliente de um extrato social mais baixo, pois o preço do serviço e a sua localização na cidade formarão, propositadamente, barreiras.

> *como, marcadamente, um dos principais espaços de sociabilidade feminina. Porém, trata-se de uma forma de sociabilidade muito distinta: revela-se um misto de lazer e compartilhamento de histórias pessoais, práticas de consumo e 'transformação psicológica'. (Bouzón, 2010, p.14)*
>
> *(...) O salão de beleza pode ser enxergado enquanto uma instituição agregadora, uma vez que cria, a partir da homogeneização na esfera do consumo, certas bases para a convivência e contato entre diferentes grupos sociais. (Idem, p.167)*

Bouzón (2010) enfatiza que o salão é ambiente propício para falar de si e dos outros livremente, sem sanções – as pessoas que ouvem não podem interferir na sua vida, não fazem parte do seu círculo de convivência (amigos, família, trabalho, estudo). Por isso, o salão pode ser lugar de deixar cair as máscaras sustentadas durante o dia em outros ambientes, ao mesmo tempo em que pode ser um lugar de divulgar e construir uma outra imagem de si:

> *Por mais que as informações circulem dentro do salão, não costumam ultrapassar suas fronteiras (embora haja casos em que elas efetivamente transbordem). O salão, neste sentido, pode ser enxergado pelos seus freqüentadores como um espaço "neutro" ou "seguro", justamente por se tratar de um ambiente repleto de pessoas, a princípio, desconhecidas, que não necessariamente estão em contato com os sujeitos que constituem as redes sociais do indivíduo em questão. (Bouzón, 2010, p.177).*

Contudo, o salão é também fonte de recursos de distinção social. Em Gimlin (2002), Arango (2012); Arango e Duque (2012); Arango (2013b) o salão é lugar de modelar a aparência corporal para marcar diferenças de classe social, ou seja, é um produtor de recursos de distinção. Essa intenção também é detectada pela etnografia de Bouzón, quando aborda o comportamento dos clientes e funcionários no salão.

> *O que conta na escolha de um salão de beleza, muitas vezes, não diz respeito apenas ao valor cobrado pelos serviços, mas à representação que o espaço adquire no imaginário de cada indivíduo. (...) O salão também pode ser encarado enquanto luxo,*

> *no sentido de atribuir status e prestígio a quem frequenta determinados estabelecimentos valorizados, como é o caso do salão de Ipanema. Dessa forma, salões de beleza podem ser usados para a construção de impressões sobre si, especialmente no que se refere a atributos relacionados a possibilidades econômicas. Como observa Miguel, um dos cabeleireiros do salão de Ipanema: - 'Tem muita mulher que vem aqui para desfilar, para ver e ser vista'"* (Bouzón, 2010. p. 137-138).

De fato, ocorre em salões de beleza o encontro entre pessoas de diferentes classes sociais, mas é importante lembrar que esse encontro é mediado pela relação de serviço. Como Bouzón também verificou no Rio de Janeiro, em São Paulo, há um segmento de salões que atendem somente as classes ricas, ao mesmo tempo em que em salões de baixos preços não se veem clientes com signos de alto *status* social. Em nossas observações, notei que há pouca variação de classe, cor e gênero em salões de preços altos. Nos salões mais caros dos bairros de Higienópolis e Perdizes, em São Paulo, as únicas negras que vi eram empregadas dos salões; nunca as encontrei como clientes. Retornarei a essa questão no último capítulo.

No salão exibem-se atitudes possíveis somente a quem detém determinada classe sócio-econômica, como presenciei em salões médios de Perdizes e Higienópois. Duas clientes comentavam o que mais gostaram em suas viagens à Europa. Outras duas discutiam o preço do *bufett* que vai organizar a festa de quinze anos da filha – e obtinham dicas de serviços melhores. Nesse sentido, nossas observações de campo vão ao encontro das conclusões de Bouzón. Ainda que os salões visitados sejam uma arena com grande solidariedade de gênero (feminino), eles são também palco de afirmação de uma identificação com determinada posição de classe social.

Em uma movimentada sexta-feira, enquanto aguardava a vez de ser atendida em um pequeno salão de bairro residencial de classe média (5 funcionarios e o proprietário), conversei com uma mulher que esperava suas unhas secarem para ir embora. Ela lá permaneceu por mais de uma hora (são necessários 30 minutos ou menos para secar as unhas). Em outro dia, no mesmo salão, vi uma senhora entrar de repente, sentar-se no sofá, e descansar. Dez minutos depois ela puxou conversa com a manicura que me atendia, fez comentários sobre o clima de calor daquela tarde, e foi embora sem

consumir serviço nenhum. Parecia ser uma cliente antiga do salão. Nesses exemplos, esse pequeno salão funcionou como um lugar de sociabilidade lúdica, um lugar acolhedor do qual as mulheres mencionadas não precisaram se apressar para sair. Confirma-se mais uma vez a indicação de Patricia Bouzón sobre a função de sociabilidade feminina que tem o salão de beleza.

O gerenciamento da interação

A interação entre a manicura e a cliente acontece nesse ambiente e também ao lado de outras interações-serviço similares. Em um salão de beleza, a cliente pode estar em interação ao mesmo tempo com duas manicuras (uma tratando os pés e outra as mãos) e o cabeleireiro.

Em qualquer interação – incluindo a pública – é preciso manter um grau de envolvimento. Essa é uma questão importante para a análise da interação pública, mas algo delicada, segundo Goffman, pois o envolvimento não é diretamente visível. Evitar olhar nos olhos, por exemplo, pode ser uma maneira de camuflar um excessivo interesse na situação, embora essa atitude possa parecer ser de desprezo. Na análise da interação, o envolvimento que interessa é aquele que é demonstrado ou percebido pelos outros atores, e não o envolvimento que cada um sente. Os envolvimentos fazem parte de uma estratégia de interação e podem ser classificandos em tipos.

Num encontro, há um envolvimento dominante e outro subordinado. O dominante é aquele que responde às demandas diretas da ocasião social. O subordinado é um desvio de atenção que não compromete o objetivo principal da interação, como rabiscar um caderno enquanto se espera a vez de ser atendido num consultório médico (o exemplo é de Goffman). Quando é subordinado, o envolvimento dá-se de forma lateral: por exemplo, prestar atenção na conversa ao lado, ao mesmo tempo em que se janta com alguém num restaurante cheio. Ou, enquanto se faz a unha de uma cliente, ouvir a história da cliente ao lado, interessante demais para ser ignorada.

O envolvimento dominante de uma interação com uma manicura é sempre a execução do serviço. Tanto manicura quanto cliente devem manter o foco nas mãos e pés da cliente. Esta deve manter as mãos na altura que a manicura necessitar, deixando-as paradas e maleáveis. A manicura, por sua vez, deve manter seu foco nas mãos e evitar manter conversa com a cliente ou a colega de trabalho ao lado. Envolvimentos subordinados laterais como esse são mal vistos pelas clientes, como também notou Bouzón (2010).

De acordo com essa terminologia, a interação entre a manicura e a cliente é um encontro que se dá no âmbito de um ajuntamento geral, aquele formado por todos os clientes e trabalhadores do salão. Nesse encontro pode haver ou não uma conversa, isto é, um "engajamento de face", nos termos de Goffman (2010). Se houver, será um engajamento acessível, pois poderá ser ouvido e/ou observado pelas outras pessoas que estiverem no mesmo espaço. Há regras próprias de engajamentos acessíveis, que dizem respeito ao tipo de envolvimento. Um envolvimento mútuo entre os que interagem deve ser moderado.

Nessa interação tanto cliente quanto manicura podem trocar mensagens linguísticas isto é, faladas, e nenhuma escapa de transmitir mensagens expressivas, informações reveladas pelas suas próprias expressões corporais. Nesse fluxo de comunicação, há dois tipos de participação: a interação focada, na qual há a cooperação aberta para a conversa, ambos com o foco no assunto da conversação; e há a interação desfocada: quando se olha de relance, ouve-se a conversa do lado, recolhe-se impressões gerais sobre o ambiente e a pessoa à frente, e controla-se a própria expressão de si. A manicura está mais resguardada de expor mensagens com o seu vestuário, já que, na maior parte dos salões, há uniformes, o uso do jaleco ou a adoção de uma única cor para a toda equipe; em geral, as cores preta, branca ou rosa claro.

Em salões pequenos, observamos que é mais delicado o gerenciamento das fronteiras de comunicação entre os diversos engajamentos acessíveis constituídos pelas interações entre manicuras e suas clientes. Porém, mesmo quando o espaço é pequeno, ainda é possível manter conversas privadas, sendo esse um bom exemplo do argumento de Goffman de que as fronteiras de comunicação podem ser socialmente

convencionadas – aquele que poderia ouvir e participar concede uma desatenção civil e, com isso, proporciona alguma privacidade ao encontro alheio. Mas, por vezes, vi essa fronteira cair e presenciei conversas coletivas. São momentos mais raros e fugidios. Em geral, tratam de assuntos amenos, nos quais é possível evitar manifestar opinião, ou, se a opinião for manifesta, é possível ser bem tolerada: a escolha de tom de um esmalte, a qualidade de uma marca, o suspeito do assassinato da novela, o que vai acontecer no próximo capítulo... Uma única vez ouvi discussão sobre as eleições municipais, num salão com cinco manicuras em atendimento, e essa foi uma conversa que logo sumiu entre outros assuntos.

A observação da estrutura do envolvimento na situação, como sugere Goffman (2010, p.209), traz à tona algumas características dos comportamentos permitidos em um salão. Em primeiro lugar, fica claro mais uma vez que o salão de beleza é um ambiente de sociabilidade lúdica, como a que George Simmel conceitua (Simmel [1917] 1983). Trata-se de uma conversa que ocorre pela conversa, na qual diferenças de classe e *status* social ficam suspensas devido ao caráter momentâneo da situação. Para clientes assíduas, esse ambiente pode ser de relaxamento: o salão torna-se um lugar para jogar conversa fora. Assim como um homem que toma cerveja sozinho num bar pode engatar uma conversa com um desconhecido que está ao lado, uma mulher pode entrar num salão de beleza sozinha e puxar conversa com uma desconhecida.

Em segundo lugar, vê-se que a licença para os envolvimentos laterais é desigual, mesmo que eles atrapalhem o objetivo do envolvimento dominante (a execução do serviço). Assim, a cliente pode folhear uma revista e até atender o celular, mesmo que isso borre uma unha que acabou de ser feita. Nos salões mais luxuosos, raramente era chamada a atenção das clientes ou elas sofriam alguma sanção por isso. O que observei nesses salões é que a maior parte das manicuras tolerava a desigualdade de envolvimentos laterais, adaptando seus gestos aos da cliente. Assim, a manicura abaixa os dedos da cliente, que atrapalham o seu serviço, sem olhar ou pedir nada a ela. Curva-se mais ou menos na sua cadeira para alcançar as mãos da cliente. Espera-a terminar a ligação no celular para continuar seu trabalho. Redefine a ordem das etapas de seu

trabalho, finalizando todo o trabalho de uma mão para depois começar o da outra, em vez de seguir as etapas na ordem em que aprendeu no curso[100]. Em vez de esperar a finalização da ligação para continuar o trabalho, dedica-se à mão que está livre – há pouco tempo e outra cliente espera pela vez. Ou seja, o comando das regras daquela interação é também uma parte do serviço vendido[101]. Se a cliente sofre alguma sanção imediata, esta é a do resultado das unhas, que certamente não estarão tão bem feitas quanto poderiam estar. É o que explica a manicura Priscila quando atende em domicílio e suas clientes não estão prontas para o serviço:

> *Atrasou alguma coisa na casa dela. E às vezes tem que ficar esperando. Mas já você vai ter que fazer o serviço mais rápido. Ou fazer só a mão, fazer só o pé. Ou fazer mais rápido o trabalho. Não pode dar tanto aquela, digamos, ser minuciosa nos detalhes. Porque eu não posso deixar a outra esperando por causa do atraso dessa anterior. (Manicura Priscila)*

Paradoxalmente, mesmo que tenha de aderir à definição do modelo de situação colocado pela cliente, cabe à manicura gerenciar o seu equilíbrio. A boa manicura deve adequar seus comportamentos para evitar situações conflituosas, embaraçosas ou mesmo perigosas. No caso da cliente que fizer muitos gestos e movimentos indevidos, pode ocorrer um acidente de trabalho:

> *Porque o cliente ruim, você está fazendo a mão e ele não para. Ele dificulta o trabalho. Você pode até machucá-lo. Entendeu? Não para. Mexendo no celular. Atendendo telefone. Mexendo no computador. Trabalhando. Entendeu? Não para. Eu já tive cliente assim, que eu fui obrigada a parar de atender. Eu parei de atender porque a pessoa não parava e eu não conseguia fazer um bom trabalho na mão*

[100] Para observar isso foi fundamental realizar eu mesma o curso de manicura, que será comentado no sétimo capítulo.

[101] O comando nunca é total, como veremos nos relatos das manicuras. Há sanções para a cliente que não coopera: a demora do serviço, até mesmo, em casos extremos, o rompimento da interação pela manicura. A sanção em geral se dá depois: uma cliente difícil de atender será preterida por outra na hora do agendamento do serviço.

> *dela, no pé. Não conseguia. Ela ficava insatisfeita com o meu trabalho. E eu ficava insatisfeita com ela. Então o cliente bom é aquele que respeita aquele momento que você está trabalhando. Porque é um trabalho que requer assim atenção porque qualquer movimento brusco você pode machucá-lo. E isso é perigoso para quem está fazendo, para quem está trabalhando e para quem está recebendo o trabalho.*

Por outro lado, o fato de poder gerenciar a interação dá-lhe oportunidades de criar espaço para uma relação com a cliente, tornando-se uma companhia agradável e desejada. Embora haja prescrições e uma "etiqueta" de como comportar-se bem, cabe à manicura saber "ler" a cliente:

> *Você me contratou para fazer uma manicure para você, mas está implícito que você quer falar comigo? Está implícito aí o que é que eu tenho que fazer? O meu comportamento? Não. É ali que você tem que saber agir. (manicura Luiza.)*

Segundo os relatos dos proprietários entrevistados, a cliente, no momento da prestação de serviço deve ter toda a atenção. Se ela conversa, converse com ela. Se ela não conversa, não converse também. Se ela pede sua opinião, dê, mas não fale muito. Se não pede, não dê. A manicura não deve escolher assunto, muito menos falar de si. Quando pergunto a um outro proprietário de um salão de trinta funcionários, em uma região residencial de classe média, sobre quais as características buscadas na contratação de uma manicura, o comportamento aparece como critério:

> *O que a gente gosta é de pessoas que falem pouco, que cuidem bem do trabalho bem feito, com higiene. (Proprietário Paulo)*

Em relação às minhas experiências como cliente, a conversa não era iniciada pela manicure nos salões com preços entre 18 e 23 reais, com mais de 5 empregados, que chamo aqui de "salões médios". Mas não era difícil começar a conversar. Meu procedimento era perguntar o nome da manicura, e falar sobre qual cor de esmalte iria melhor em minhas mãos. Esse assunto sempre era acolhido e estendido. Algumas vezes consegui saber detalhes de como o salão remunerava os que ali trabalhavam, sobre as

diferenças de trabalhar naquele ou em outros salões. Outras vezes a manicura parecia muito apressada, falava muito pouco e eu correspondia ao silêncio. A duração do serviço nesses casos era das mais rápidas. Em geral, não mais que quarenta minutos para as unhas das mãos, uma hora e vinte minutos para fazer as unhas dos pés e das mãos. Frequentemente duas manicuras trabalhavam ao mesmo tempo, e isso fazia com que em uma hora todo o serviço estivesse pronto.

Em salões menores, de regiões residenciais periféricas, era mais fácil a manicura iniciar a conversa, pois me perguntava como eu tinha ficado sabendo do salão, se eu morava naquela região. Decidida a não revelar minhas intenções de pesquisadora, eu dizia que tinha um compromisso ali por perto e que havia decidido fazer minhas unhas antes. Em salões luxuosos, minha frequência como cliente foi menor, mas em todos a manicura apresentava-se e oferecia-me café, água, refrigerante ou uma revista. Depois de perguntar a cor do esmalte, iniciava o serviço sem mais questões. Não iniciava uma conversa, mas respondia-me com assertivas se eu iniciasse algum assunto.

Não somente as interações com as clientes devem ser gerenciadas, como também aquelas entre as(os) colegas de trabalho, pois elas são responsáveis pela criação de um ambiente aconchegante para as clientes, o que é importante para toda a equipe de um salão. Isso será abordado posteriormente, com a ajuda do estudo de Arango (2013).

A definição da situação e as regras da interação

De volta à atividade de trabalho, boa manicura, segundo os proprietários e as próprias manicuras, é aquela que está sempre atenta à cliente. Nos termos da análise da interação, isso significa à corresponder à definição da situação esperada pela cliente.

A ideia de “definição de situação” é muito importante na teoria da interação de Goffman. Ela vem da teoria social exposta por Wiliam Thomas e Florian Znaniecki, na Nota Metodológica de *The Polish Peasant In Europe and America*. A noção de “definição da situação”, que diz respeito a, entre muitas outras coisas, como os indivíduos leem a situação em que estão e delineiam uma linha de ação, ou seja, um tipo

de comportamento para corresponder às expectativas do outro e ao mesmo tempo conformar-se com o papel social que é possível sustentar. Assim, Thomas e Znaniecki definem:

> *"a situação é o conjunto de valores e atitudes com que o indivíduo ou o grupo tem de lidar num processo de atividade e com relação ao qual esta atividade é planejada e seus resultados apreciados. (...) E a definição da situação é uma preliminar necessária a qualquer ato de vontade, pois em dadas condições e com um dado conjunto de atitudes, uma pluralidade indefinida de ações é possível e uma ação definida somente aparece se essas condições são selecionadas, interpretadas e combinadas de um determinado modo e se uma certa sistematização dessas atitudes é alcançada, de modo que uma delas se torna predominante e subordina as outras"(Thomas e Znaniecki, 2004, p.41)*

Como dizem as manicuras, "cada cliente é de um jeito" e por isso não são tratadas igualmente. O que diferencia o tratamento a ser dado a uma ou outra não são apenas atributos de classe social, como apontaram Arango e Bouzón sobre as entrevistas com cabeleireiros, mas também a definição da situação que a faz, isto é, a linha de atuação adotada pela cliente. As manicuras referem-se a isso pelo "jeito de ser da cliente". Faz parte do serviço da manicura entender que tipo de atitude, de conversa ou de não conversa pode ser adequada naquele momento e, sobretudo, quais são os valores sociais situacionais considerados positivos segundo cada cliente. Por isso, não falar nada também pode ser um problema, como vi no exemplo dado por Carolina.

> *Carolina: [a cliente] começou a implicar comigo, porque eu sou sempre quieta, eu não sou de brincadeira. Eu trabalho, eu converso, mas eu não tenho muito… sei lá… e ela começou a implicar comigo. Ela começou a me ver como se eu fosse uma deficiente, entendeu? (…) E um dia eu falei: "Olha, esse é meu jeito, é com todo mundo, entendeu? Eu não consigo ser diferente". E falei isso assim, muito calma.*
>
> *Juliana: Como é que foi isso? Ela chegou em você e falou?*
>
> *Carolina: Ela começou a falar: "Nossa, mas você está muito assim", eu não me lembro agora direito. Ela começou a me cobrar para eu fazer mais brincadeira. Se ela não*

> *gostava de um esmalte, ela falava e ela queria que eu falasse também, e eu não tenho coragem de falar isso, não tenho essa liberdade, e ela queria que eu fosse assim com ela, e eu não sou. E eu comecei a achar ruim atender ela, mas tinha que atender, porque era meu trabalho, ela marcava.*

Como Carolina trabalhava em um salão de beleza que não era dela, ficava mais difícil usar a tática de fechar a agenda para determinada cliente. Muitas manicuras que atendem a domicílio ou que são proprietárias de seu próprio espaço de trabalho contaram-me que "fecham a agenda", isto é, não marcam horário para uma cliente que seja muito incômoda. Mas Carolina não tinha permissão da gerente para isso, mesmo sendo considerada "autônoma"[102]. Não havia alternativa a não ser aguentar a situação. Para isso, ela lançou mão de evitar a demonstração das suas emoções, sem se esforçar para demonstrar algo oposto ao que estava sentindo. Nos termos de Hochschild, uma atuação de superfície.

> *Juliana: Mesmo assim ela marcava com você?*
>
> *Carolina: Marcava, mesmo ela implicando comigo. Chegou o ponto que eu comecei a atender ela e ficar cada vez mais calada. Eu comecei a pegar raiva dela. Um dia perguntou para minha colega: "O que está acontecendo com a Carolina? Ela está com algum problema?" Minha colega disse: "Não, o problema dela é você!" Ela [a colega] era muito sincera, e eu não consigo ser assim. Eu tenho esse limite, não consigo chegar na pessoa e falar. E ela [a cliente] começou a me questionar isso. Ela chegou em mim e falou assim: "Ah você não gosta de mim!".*

A saída adotada por Carolina, de manter-se o mais ausente possível da interação, rendeu-lhe mais problemas. Sua cliente percebeu que tinha menos atenção servil, que a manicura lhe dedicava menos atenção personalizada. A atuação de superfície feita por

[102] A definição de autônoma ou empregada do salão é fluida e varia bastante, entre direitos e deveres da manicura. A falta de clareza é um recurso de controle do trabalho, como pretendo demonstrar no próximo capítulo.

Carolina não foi suficiente, e em tom de cobrança, a cliente apontou o erro interacional da manicura em não cumprir com sua expectativa emocional: “você não gosta de mim”.

Em vez de trocar de manicura, a cliente parece ter tentado “dobrar” Carolina, ao insistir em marcar atendimentos somente com ela. Talvez tenha sido essa atitude, de prolongar uma interação embaraçosa para Carolina, em vez de simplesmente evitá-la, que provocou o mal-estar na profissional, fazendo-a sentir-se ainda pior com essa cliente. Com esses exemplos, fica claro que, sim, há execução de trabalho emocional.

Ficar calada às vezes é a resposta possível para um incômodo sem solução. Introvertida, Nice não gostava de conversar enquanto fazia o serviço, e mais: detestava os assuntos abordados. Mas ela sabia que prestar atenção à conversa da cliente é também um requisito de seu trabalho. O que fazer então?

> *Nice: Eu deixava ela falar… Ficava: Ah é? Então… É fogo… pois é…” (Manicura Nice)*

Os assuntos eram muito chatos, dizia. Por isso, ela queria sair daquele salão para trabalhar sozinha. Quando perguntada sobre quais assuntos eram esses que faziam do salão um lugar do qual Nice queria se livrar, ela explicou:

> *“As conversas eram o que eu achava chato. Sempre a mesma coisa… Falar de escola é chato. Que nem: “meu filho estuda no colégio tal”… Tinha cliente que morava na Paulista, então tinha um colégio que era mais do que o outro naquela região, aí na Mooca tinha o Liceu Santa Cruz… e isso vai me enchendo a paciência... Não que você tenha inveja, que voce não tem condição de chegar e fazer com o seu filho o que aquela pessoa faz com o dela. Você tem que ter consciência disso… E isso era em relação à escola, em relação à empregada, em relação ao marido, então enche isso… não sei e é porque eu nunca fui assim, de falar, cada um tem seu jeito né?”*

Como ouvir a reclamação de uma cliente sobre uma escola cuja mensalidade é maior do que todo o rendimento da manicura por mês? O que comentar a respeito? Nice, ao apenas responder com palavras genéricas de concordância, mantém a

estabilidade da situação e a sensação de escuta para a cliente, mas faz isso reprimindo a demonstração de seu incômodo sobre aquele assunto, o que pode ser caracterizado como um trabalho emocional dissimulador, nos termos de Thoits (1996).

Além dos aspectos sociais que diferenciam uma cliente da outra, as manicuras dizem que cada cliente tem seu jeito de ser e de se colocar em relação a elas, ao trabalho que fazem. Quando perguntadas sobre "como é uma cliente ruim", as respostas dividiram-se em dois temas: 1) clientes insatisfeitas com o resultado do trabalho ou 2) clientes que não deixam a manicura realizar o trabalho como gostariam – seja dizendo o que a profissional deve fazer, seja fazendo gestos que dificultem os movimentos dela.

> *Eu não gosto muito quando a cliente fica dando muito palpite, como eu acho que ninguém gosta. Por exemplo: "Puxa mais ali, tira mais um pouco ali…" Enfim. Eu sempre tento fazer o meu melhor, então se eu não estou fazendo é porque realmente não está dando, entendeu? A coisa não está proporcionando para que a coisa aconteça desse jeito que ela quer entendeu? E eu evito ao máximo, eu não machuco as pessoas, então eu prefiro tirar menos do que tirar demais também não é? (Manicura Fátima)*

> *É algo do tipo "Ah dá para você tirar aqui?" "Ah, Aqui incomoda um pouquinho, dá para você tirar aqui?" "Está bom senhora?" "Está, mas acho que aqui ficou...", ela fez isso nos dez dedos da mão, aquilo me pôs o sangue a ferver... e quando eu começo a ficar nervosa eu perco as estribeiras e eu começo a tirar bife atrás de bife. E ela sai do salão às onze horas da noite… (Manicura Patrícia)*

As falas acima revelam a participação da cliente no serviço, interferindo imediatamente na *performance* da manicura. A cliente vigia o andamento do trabalho e tenta controlar os resultados parciais, em vez de avaliar o resultado somente no final do serviço. Assim, uma característica do serviço interpessoal no corpo da(o) cliente é a sua avaliação e julgamento imediatos, no momento da execução do serviço, resultando numa participação com efeitos simultâneos sobre a interação e sobre o próprio resultado do serviço. Quando a manicura manifesta seu incômodo e o fato de que essas observações podem atrapalhar seus movimentos, ela revela uma invasão na sua

performance, que precisa ser remodelada com as demandas da cliente. Esse é o trabalho de ajustar a linha de ação – que compreende os gestos e os movimentos técnicos – durante a própria ação.

Na perspectiva da análise da interação, a cliente que quase ordena à manicura que mude sua forma de trabalhar rompe com o "acordo operacional" que deu início àquele encontro; o acordo da evitação do embaraço, da manutenção da cordialidade e da mesma linha de ação definida no começo da interação. A existência do toque corporal parece tornar ainda mais instável o equilíbrio da interação, fazendo com que sejam necessários mais esforços dos atores para mantê-lo. O corpo, como será abordado, pode ser tomado nas sociedades ocidentais como o limite espacial dos indivíduos. Quando a manicura toma as mãos e os pés da cliente para o trabalho, ganha a concessão para tocar um espaço íntimo, privado, de forma determinada. Em outros encontros de serviço interpessoal, essa concessão do toque está baseada na confiança no saber técnico do profissional. No caso da manicura, a confiança é pequena. Com a manifestação verbal da cliente de que está claramente vigiando a trabalhadora e os pedidos claros e diretos para que ela trabalhe de outra forma, é possível perceber que o saber da manicura não é reconhecido pela cliente como um saber técnico e especializado. Diferente de outros encontros de serviços interpessoais, em que pode haver concessão de contato físico que cause dor (exames médicos, fisioterapias, educadores físicos), no caso do serviço de manicure são as sensações corporais da cliente e suas impressões de eficácia e estética que prevalecem, e não a técnica – seja ela escolar ou empírica - da manicura. Como veremos em capítulo posterior, não há exigência legal de curso técnico para desempenhar o serviço de manicure, o que faz, de fato, com que tanto trabalhadoras quanto clientes estejam expostas a possíveis danos à saúde.

Sem uma instituição externa que certifique a profissão, cada manicura constrói sozinha a sua autoridade e imagem profissional. As clientes aprendem a confiar no trabalho da manicura a partir do que observam, e das impressões de colegas que utilizam o mesmo serviço com a mesma manicura. A crise de confiança torna-se, assim, ainda mais pessoal. Novamente, a manicura precisa apoiar-se em suas habilidades interacionais, suas habilidades técnicas e sua forma de relacionar-se com a subjetividade

da cliente para marcar sua autoridade situacional, sua importância e até mesmo uma fachada profissional - mesmo que a profissão manicure ainda esteja em construção.

Outra resposta ao que é uma cliente “chata ou difícil” é a da falta de cooperação. Como já citado, é importante que a cliente colabore em seus gestos, mas isso nem sempre acontece, o que pode tornar o trabalho difícil, perigoso e nada prazeroso. Mas, para as manicuras, uma cliente classificada como “difícil” é aquela que nunca está satisfeita com o trabalho delas. Assim como Hill e Bradley (2010) observaram em relação aos cabeleireiros, as manicuras contaram-me que uma cliente insatisfeita é o pior que pode acontecer no trabalho; cliente que não gostou do trabalho é melhor que não volte, mesmo que pague bem.

> *Toda vez que eu tirava cutícula dela, ela dizia, que ela faz caminhada, “Ah você tirou muito aqui, e eu não podia andar, colocar o meu tênis”. Aí da outra vez eu tirava menos: “Ah você não tirou quase nada, continuou me incomodando”. Ah, aquilo foi me irritando, até um dia que não deu, sabe? Eu falei com ela: “Você tem que decidir o que você quer, ou se eu tiro muito, ou se eu tiro pouco”. Ela é uma pessoa extremamente difícil, mas agora já melhorou. (manicura Deise)*

Os exemplos mostram também que a retirada das cutículas é uma das etapas mais difíceis tecnicamente do trabalho da manicura. Entre todos os momentos do serviço, este é muito observado pelas clientes, já que é quando pode haver dor ou ferimento. Além disso, há um gosto estético envolvido. A maioria das manicuras disse que, para uma unha ficar bem feita e bonita, é preciso que ela esteja com a cutícula bem retirada, sendo essa também a opinião de muitas clientes brasileiras. Porém, é justamente quando se retira toda essa cutícula (o hiponíqueo), em torno da lâmina ungueal (o que chamamos de “unha”), que aumenta enormemente o risco de acidentes com sangue. Quando a cliente faz muitas observações sobre esse momento, a tensão torna-se maior.

O contato entre os corpos

Paulson (2008) viu em sua pesquisa que fazer as unhas era um momento de relaxamento para as senhoras idosas que frequentavam o salão. No mesmo estudo, observou que as clientes não gostavam do uso de luvas pelas esteticistas, pois isto tornava mais frio o contato com o corpo delas. Sem luvas, as esteticistas diziam poder ativar melhor a circulação sanguínea do corpo das clientes. No entanto, mais do que isso, o toque do corpo envelhecido demonstrava a aceitação pela esteticista do corpo das clientes, elas mesmas mulheres idosas e vaidosas que se viam constrangidas a escondê-lo. Black (2004) também assinala que a massagem tornava o serviço das esteticistas mais agradável, prazeroso e confortável, não somente para a cliente, mas também para a trabalhadora, que se sentia recompensada, ao perceber a boa resposta imediata, corporal e emocional, aos seus gestos. Nesses dois estudos, as autoras demonstram que a interação de serviço que envolve toque corporal abre mais espaço para a intimidade do que quando não há esse toque.

Para falar do que está em jogo quando o trabalho envolve contato entre corpos humanos, seria necessário esclarecer o que se compreende por "corpo". No entanto, da mesma forma que com as emoções, o conceito de corpo está envolto em uma grande discussão. Inicialmente, parece óbvio dizer que o corpo é a totalidade física, biológica, psíquica na qual cada ser humano se encerra. Para Le Breton (1999), a leitura de Durkheim em *As Formas elementares da Vida religiosa*, leva à ideia do corpo como um marcador de individualização: "quando encarna o homem, é a marca do indivíduo, a fronteira, o limite que, de alguma forma, o distingue dos outros." (Le Breton, 1999, p.10). Mas, ainda segundo Le Breton, o próprio estudo sociológico e antropológico aponta que o corpo não é um atributo do homem, mas forma e é formado por ele. O corpo, a maneira como é concebido e o relacionamento com ele, é, então, resultado de processos culturais e simbólicos que ocorrem em interações sociais; não é resultado de uma socialização que se encerra na infância. Assim, faz mais sentido falar de corporeidade – uma forma social de conceber o corpo, de colocar o corpo em relação – do que de um atributo do homen, "o corpo". Destarte, Le Breton afirma que a tarefa da sociologia aplicada ao corpo seria "compreender a corporeidade enquanto estrutura

simbólica e, assim, destacar as representações, os imaginários, os desempenhos, os limites que aparecem como infinitamente variáveis conforme as sociedades" (Le Breton, 1999, p.28).

Embora os apontamentos desse autor sejam fortalecidos pelas etnografias e pesquisas sociológicas já existentes sobre o corpo (cf. Le Breton, 1999), parece-me que, ao colocar em primeiro plano a corporeidade, concebendo-a como uma estrutura simbólica, é perdido o aspecto mais caro para a análise da interação social no trabalho das manicuras: a copresença física. A análise da interação social começa no fato da copresença física. Em nosso caso, não há somente presenças mútuas - elas se tocam por intermédio da pele.

O toque corporal – entendido como o contato entre peles [103] - inicia imediatamente uma interação social[104]. O toque enseja expectativas de comportamento e esforço individual para fazer o próprio corpo – tomado aqui como a totalidade física que encerra cada indivíduo e que o coloca em contato com o mundo[105] - cumprir com a definição da situação em curso. As manicuras ressaltaram por si mesmas, sem serem inicialmente perguntadas, a importância e as implicações do contato entre os corpos no trabalho que exercem. No caso das manicuras brasileiras, a aproximação corporal é ainda maior do que entre as que trabalham em Montréal, pois a estação de trabalho mais

[103] Uma pessoa pode tocar a outra, no sentido de produzir um efeito sobre a outra, sem que as peles se encostem. Uma maneira de olhar ou uma frase podem tocar-nos, e continuar nos tocando muito tempo depois. Em sentido amplo, um olhar, uma palavra dita, também envolvem um corpo dirigindo-se a outro. Entretanto, no caso deste trabalho, será considerado toque corporal aquele em que há contato físico, mesmo que a manicura esteja usando luvas.

[104] É possível olhar sem ser olhado, sentir o cheiro de alguém de quem se desconhece a presença, ouvir sem ser ouvido; entretanto, é impossível tocar sem ser tocado (e o paladar é uma forma de tato). O toque provê a imediata consciência da presença entre duas pessoas, salvo em situações especiais em que, por exemplo, um dos envolvidos esteja desprovido de tato.

[105] Essa é uma definição brevíssima, cujo objetivo é o de operacionalizar a pesquisa. Nela compreendo também que o corpo é dotado, formado, de uma corporeidade, pois é o corpo, e suas emoções, que coloca o indivíduo em contato, em mistura, com o meio social.

comum no Brasil, a cirandinha[106], faz com que a manicura tenha seu corpo muito mais próximo do da cliente, do que se ambas estivessem frente a frente em uma mesa:

> *Não tem uma parte que você não encoste na pessoa. Para lixar você encosta, para você tirar cutícula, para tirar o esmalte, tudo. Você passa muito tempo colado com a pessoa, você fica assim o tempo todo. Entende? O teu corpo está ligado ao outro corpo o tempo todo. (Manicura Fatima.)*

O encontro entre corpos, "com tato", enseja um grande e inevitável envolvimento. A citação, abaixo, do pequeno trecho de Diane Ackerman, em seu compêndio literário cercado de dados científicos, pode dar alguma noção da importância desse sentido, ressaltada pelas manicuras:

> *Entre a epiderme e a derme, existem minúsculos corpúsculos de Meissner, que são nervos dentro de cápsulas. Parecem concentrar-se em locais do corpo que não apresentam pêlos – solas dos pés, pontas dos dedos (que possuem 4000 por centímetro quadrado), clítoris, pênis, mamilos, palmas das mãos e língua – as zonas erógenas e outros pontos de resposta ultra-sensíveis – que reagem rapidamente ao estímulo mais suave. Dentro de um corpúsculo de Meissner, semelhante aos muitos filamentos de uma lâmpada elétrica estão as extremidades nervosas que ficam paralelas à superfície da pele e que captam um grande número de sensações. (Ackerman 1991)*

O toque físico pode ou não ser acompanhado de um engajamento de face – olhares, trocas de palavras. Quando se somam, podem criar uma situação de intimidade entre manicura e cliente, isto é, um relaxamento das obrigações de distanciamento entre indivíduos. Não só a distância física defensiva, comum a todos os indivíduos, se vê diminuída, mas também são modificados os territórios dos "*self*s" em interação.

---

[106] Como mostrarei adiante, é muito comum nos salões de beleza brasileiros as manicuras trabalharem em uma cadeira que tem rodinhas e um braço, com bandeja acoplada. São as chamadas "cirandinhas".

Inspirado pelos estudos etológicos e por estudos da psicologia social, Goffman (1972) utiliza a noção de "território" para descrever espaços delimitados para o *self*. Não se trata sempre de delimitações de espaços físicos, mas de noções espaciais que o ator utiliza para preservar seu *self*. Para Goffman, o corpo tem um funcionamento territorial, sendo ele mesmo um dos marcadores[107] de territorios para o *self*. O corpo marca, por exemplo, o "espaço de uso" ("*use space*") que é aquele que o *self* ocupa e roga para si durante uma atividade, como no exemplo de uma pessoa que está observando um quadro em uma galeria de arte. O espaço entre ela e o quadro é parte do seu espaço de uso.

Utilizando essas noções, observo que a proximidade física entre manicura e cliente mobiliza os territórios do *self* de ambas. Tanto cliente quanto manicura precisam adequar seus espaços pessoais à situação da interação em curso. Na verdade, essa variabilidade de territorialização do self em cada situação é uma de suas caracteristicas "constantes":

> *One general feature of these several forms of territoriality should be noted: their socially determined variability. Given a particular setting and what is available in it, the extensivity of preserves obviously can vary greatly according to power and rank*[108] *(Goffman, 1972, p.64)*

A interação entre cliente e manicura é um bom momento de observação desta variabilidade. Ao mesmo tempo em que esse território de self pode ser bastante diminuído em cada ator, os meios de cada ator de preservar seu territorio de self são desiguais na interação de serviço. Como a história de Flora ilustra, sua cliente

---

[107] "Marcador" é um termo que Goffman usa emprestado da etologia, sobre os diversos recursos que os animais usam para marcar seus espaços.

[108] Tradução livre: "Uma característica geral dessas diversas formas de territorialidade deve ser observada: a sua variabilidade socialmente determinada. Dada uma configuração específica e o que nela está disponível a extensividade das ações de preservação, obviamente, pode variar muito de acordo com a poder e posição."

rapidamente retomou seu território de self utilizando sua posição de comando enquanto cliente numa interação de serviço.

Como vimos, Cochennec (2004) confere poder à esteticista pelo fato desta controlar o toque físico em um corpo em situação vulnerável – um corpo nu. Diferente disso, o depoimento das manicuras parece indicar que o toque físico - que sempre é também emocional - dá-se como uma troca. Elas são enfáticas em dizer que, quando tocam as clientes, não somente fazem o seu trabalho como *recebem uma energia*. É preciso entender o que é essa energia para compreender como as manicuras são afetadas em seu trabalho. Poderíamos aventar a existência de uma "economia de trocas energéticas", mas, para isso, seria necessário entender que papel as manicuras conferem a essa energia enquanto trabalham; se elas sentem que há uma troca ou se há apenas recepção de uma energia ruim; por fim, seria importante investigar, entre as clientes, se elas percebem o que ocorre.

> *Tem cliente que tem uma energia tão pesada que você sente. (Manicura Eliana)*

> *Então vem, me puxa energia, me passa energia, porque eu pego nas extremidades assim, e uma pessoa me falou isso logo no começo, porque eu nunca tinha pensado nisso, nunca tinha feito isso, e aí eu comecei a perceber, como é verdade, isso é a mais pura verdade! É uma troca muito diferente, muito estranha. É contato físico, não é? É muito contato físico. (Manicura Fatima)*

Também no artigo de Arango a questão da "energia" aparece no depoimento de uma manicura:

> *Por su parte, Mónica afirma que existen clientas que prefiere no atender, porque tienen "mala energía": son despectivas, "miran por encima del hombro a la gente" y le quitan las ganas de trabajar. (Arango, 2013, p.120)*[109].

[109] Tradução livre: De sua parte, Mônica afirma que existem clientesque preferem não atender porque têm má energia: São depreciativas [arrogantes], olham a gente por cima do ombro e te tiram a vontade de trabalhar".

Pode-se depreender das falas das manicuras que essas energias são percebidas quando são negativas. Não houve nenhuma manicura que aludisse a uma cliente transmissora de uma energia boa. Não se pode afirmar, porém, a inexistência das energias boas, mas, talvez, que elas sejam parte da normalidade de um atendimento e por isso não foram destaque nas falas das manicuras.

O que é possível dizer a partir dos relatos é que a interação entre manicura e cliente é um encontro de corpos que se afetam[110]. E não somente pelo contato físico, mas também pela consciência da atenção que ambas trocam entre si. É um encontro que gera desejos, expectativas, que cria regras privadas – que podem até romper com as regras públicas tradicionais – para aquele momento. Esse encontro é uma dimensão importante do trabalho das manicuras, bastante explicativa da relação que se constitui necessariamente entre cliente e manicura, quando esses momentos se repetem. As manicuras estão cientes disso e tentaram dizer-me o que sentem, com diversas alusões à intensidade desses encontros com as clientes. Se é verdade que o serviço ocorre em meio a uma relação comercial e que o toque da manicura é preciso, visando um resultado estético específico, do mesmo modo é verdade que ela também é tocada e afetada, e que aquele momento de encontro tem sua própria lógica, que pode mesmo ser oposta àquela da estrutura socioeconômica que colocou frente a frente aquelas duas mulheres, cada uma em sua posição.

> *O nosso produto é o ser humano como a gente. Então a nossa aproximação desse produto é uma coisa assim fora do normal. Você tem contato diário, direto. Você pega na mão, pega no rosto, você pega no cabelo, você pega no eu da pessoa. E você pegando no eu da pessoa, você precisa ter capacidade de exercer a sua função. Você precisa ter sensibilidade. (Mariazinha, presidente do Sindibeleza)*

[110] "Afetar" no sentido de produzir um algum efeito um no outro – emocional, psicológico, físico - amoroso ou não, compreensível intelectualmente ou não.

Para a manicura, isso significa lidar com os delicados “territorios do *self*”, que variam não só a cada tipo de ocasião social, de encontro, de situação, mas também a cada cliente. Mais do que o aspecto situacional de cada interação de serviço, a manicura precisa lidar com a variabilidade dos *selves* – ou, se quisermos, com a energia de cada cliente – que se colocam diante dela..

A modulação do próprio território do *self* que a manicura realiza é uma concessão que a leva a uma posição subalterna em relação à (ao) cliente. Os estudos de Wolkowitz (2006) demonstram como o trabalho no corpo coloca o trabalhador em posição subalterna. Por isso, em profissões que mantêm alto *status* social, há a tentativa de neutralizar o toque corporal com diversos tipos de “barreiras”: uniformes, tecidos que cubram o corpo do cliente/paciente, meia luz, ou mesmo a interposição de outro trabalhador para fazer o trabalho de maior toque, como é o caso de alguns exames médicos, nos quais um auxiliar de enfermagem prepara o paciente, vestindo-o, posicionando-o, fazendo as atividades que exigem maior toque corporal, antes da chegada do médico que, enfim, fará o exame.

Porém, o toque corporal não é apenas um risco de invasão de intimidade, de trabalho sujo, ou uma fonte de situações embaraçosas. Willet (2005) observou que o toque corporal, necessário no serviço de manicure, pode proporcionar uma proximidade que se sobrepõe a conflitos raciais, como declarou uma entrevistada negra de Willet, frequentadora de um salão coreano: “Como podem ser ruins as relações num lugar em que uma pessoa segura suas mãos por uma hora e ainda dá para você uma massagem antes de você ir embora sem cobrar mais dólares por isso?” (2005 p.73, tradução minha). Para a autora, o aumento dos tipos de serviços oferecidos (não mais apenas relacionados à beleza, mas também ao bem-estar) e do número de consumidoras, e a popularização dos salões de manicuras (*nails spa*) contribuíram para fazer do salão um lugar único, que promove o encontro entre mulheres de culturas raciais diferentes, mesmo que signifique um desafio contante a negociação entre cultura e intimidade.

A consciência da oportunidade de estreitar laços e conquistar a confiança de alguém quase inacessível fora dessa interação está presente no depoimento a seguir. Luiza, brasileira que trabalha em Montréal, percebe expectativas diferentes entre

clientes brasileiros e canadenses, sendo que os últimos têm uma “bolha pessoal” muito maior. Com base nisso, desenvolveu uma maneira diferente de abordar seus clientes canadenses, decidindo por um tipo de gesto bem direcionado e claro, que diz imediatamente que ela está tomando aquele corpo como um objeto a ser trabalhado.

> *Porque aqui tem o seguinte: para tocar, você tem quase que pedir licença. E para pedir licença, tem várias maneiras, vários comportamentos que você pode ter, ou maneiras de ser, atitudes, que eu diria, para você conseguir tocar essa pessoa. (…) Então quando eu te digo assim, “o toque pode ser diferente”, aqui você tem que ensinar as pessoas a tocarem nas pessoas. No Brasil, a gente já vai chegando e vai se pinchando em cima das pessoas, com beijo, com abraço. Eu nunca acolho nenhum dos meus clientes sem um abraço, independentemente de quem seja. O grande juiz, se ele vem procurar o meu serviço, ele vai ter o abraço dele, e se não quiser, então não venha. Mas isso sou eu. Isso sou eu. Isso para mim é ser bem recebido. (…) Porque aqui não tem isso. Então isso é uma maneira de eu dizer para eles: "Eu estou chegando no teu pedaço". Porque aqui tem uma bola. Você não pode passar. Isso aqui, essa distância, mais ou menos assim, mais de meio metro, quase um metro, longe da pessoa tem que falar. Só que eu tenho um contrato de trabalho com ela, eu tenho que tocar o corpo dela. A minha ferramenta de trabalho é o corpo dela (…). Então o toque ele é diferente e ele é igual. Mas é a abordagem. Cada pessoa é uma pessoa.*

O toque é uma etapa necessária do seu trabalho, mas não se trata apenas de contato físico. Luiza sabe que o toque é um gesto carregado de intenções, que pode ser mais elucidativo e conquistador de confiança do que diplomas colados em uma parede (Lupton, 2001, verificou que isso ocorria entre os médicos). Sua maneira de tocar visa romper o espaço pessoal de preservação do *self* utilizado pelo cliente (que Luiza chama de “bolha pessoal”, e aumentar o “espaço de uso” de seu *self*, de manicura.

Outra dimensão muito importante assinalada pela mesma trabalhadora é a responsabilidade de ter o corpo como “objeto” de trabalho. Há que moderar o trabalho de produzir uma sensação agradável de bem-estar, e o trabalho de produzir o resultado estético e saudável:

> *Eu acho que nesse trabalho da gente, para a gente trabalhar com o corpo humano, o negócio de ter um contrato de trabalho com o corpo da pessoa, exige da gente um trabalho colossal, que eu acho que devia, e porque você não tem muita margem de erro, você não pode errar muito. (…) Se eu vou fazer um* designer *de sobrancelha eu não converso muito não, porque eu preciso colocar a minha mão aqui para trabalhar ali. Se ela conversar aqui comigo, eu erro. (Manicura Luiza.)*

A unha do pé é a extremidade mais próxima do chão, e que dá firmeza para o toque preciso dos dedos. Trabalhar a unha é lidar com uma parte do corpo que está todo o tempo em contato com o exterior, que pode carregar sujeiras. A manicura é aquela que vai transformar essas pequenas superfícies em adornos, tirando a sujeira e escondendo suas imperfeições. Algumas manicuras disseram que é mais tranquilo trabalhar os pés do que as mãos, sobre as quais a cliente vigia todos os detalhes do serviço, mas por outro lado, o trabalho no pé exige que a manicura se curve.

> *Quando você vai pegar no pé de uma cliente você precisa ter humildade. E se a manicure não tem essa sensibilidade, ela não pega no pé. E ela não pode. (Mariazinha)*

A maior parte das entrevistadas citou que os pés exigem mais esforço físico do que as mãos porque são maiores, mais duros e mais ásperos. Além disso, em geral, chegam sujos e mal cheirosos.

> *O trabalho de fazer pedicure exige mais fisicamente da manicure, tem uma questão mesmo ligada à higiene. Eu já peguei alguns clientes que tinham chulé, micose, e isso é um pouco inconveniente. (…) Eu tenho que tratar com naturalidade, e aí uso alguns artifícios assim, colocar um sabão na água e já pedir para colocar o pé na água, ponho luvas... (manicura F)*

> *O pé você demora mais. O pé requer mais atenção. Precisa desencravar unha. Precisa lixar. Você usa hidratar o pé. Ele é bem diferente do que fazer a mão. Dá mais trabalho. Tanto que um pé eu demoro em torno de uma hora e meia para fazer. (manicura Priscila)*

Nessa atividade de trabalho, a proximidade fisica é inevitável, mas se a cliente age com indiferença em relação à manicura, a trabalhadora pode sentir-se promíscua. Não apenas a cliente está tendo suas mãos e pés tocados, mas as manicuras também recebem a resposta desse toque. Quando esse encontro, corporal, pessoal, criador de afetos e, com o tempo, de um relacionamento, ocorre dentro de uma situação de trabalho, há outro conjunto de relações sociais que o atravessam – elas podem ser abafadas, ressignificadas ou impostas. É na imposição dessa lógica externa das relações sociais de dominação que o prazer do trabalho é quebrado e tem início o mal-estar; a "energia ruim".

A partir desses depoimentos, algumas afirmações podem ser elaboradas. 1) Há troca de sensações, emoções e sentimentos entre manicura e cliente; 2) quanto mais manicura e cliente interagem, mais intensa é essa troca, e ocorrerá em maior número; 3) apenas o toque corporal, sem conversa, é suficiente para que a manicura perceba o estado de espírito da cliente; 4) a manicura é afetada pelo estado de espírito da cliente, seja ele bom ou ruim, e vice-versa; 5) a manicura precisa ter sensibilidade para tocar o corpo de uma cliente, ao passo que esta precisa confiar na manicura para permitir ser tocada; 6) O corpo da cliente não é apenas passivo, e também age sobre o corpo da manicura.

Fica clara a importância da proximidade física e da intimidade nessa atividade de trabalho. A intimidade entre cliente e profissional, o toque corporal e a importância das emoções nessa interação são assuntos presentes nos estudos sobre salão de beleza. Paula Black, que já vinha desde 2001 estudando o trabalho das esteticistas (Black and Sharma 2001), verifica que a atenção às emoções e ao bem-estar da cliente é central para que o trabalho seja realizado de maneira bem sucedida na concepção das esteticistas, que atribuem ao toque corporal e à exposição do corpo da cliente as principais razões pelas quais existe maior demonstração de emoções nessas interações, do que quando estão em outros ambientes.

A partir das opiniões que as manicuras manifestaram sobre a interação com a cliente, parece-me ser necessário conceber o trabalho corporal, não somente como uma

troca econômica, mas também como uma troca entre subjetividades. De maneira mais visceral, o que algumas manicuras afirmaram enfaticamente é que a troca é energética, como visto nas falas das manicuras Fatima, Eliana, e da manicura citada no estudo de Arango.

Os conceitos expostos no primeiro capítulo de encontram eco nas falas das manicuras. Efetivamente, elas sabem que devem cuidar da própria aparência, que devem ser agradáveis às clientes, que há uma maneira certa de tocar que não machuca e que conquista. É pertinente também o conceito do trabalho corporal como o trabalho impresso no corpo - os corpos de trabalhadoras aparentam os esforços físicos diários. Todas, até mesmo manicuras com um ano apenas de experiencia, disseram ter dores nas costa e, algumas, nas mãos, para mencionar alguns dos incômodos relatados. Sendo assim, a literatura acima de fato chama a atenção para questões pertinentes à descrição do trabalho da manicura, embora opere com separações conceituais nem sempre vantajosas para mostrar o que há nessa interação-serviço.

Contudo, se um conceito de trabalho corporal tem a função de ressaltar uma forma específica de emprego da força de trabalho, ele é ainda uma noção bastante limitada para compreender o que está sendo trocado na interação entre manicura e cliente. O trabalho de um corpo sobre outro sempre é uma troca de afetos; não só com o toque físico, mas com as palavras, olhares, intenções, respirações ou, como disseram algumas manicuras, energia. Envolve uma troca multidimensional que ultrapassa os limites programados de uma relação comercial ou capitalista.

O toque corporal é um movimento mais complexo do que a sua instantaneidade parece dizer. No trabalho, há uma maneira certa de tocar, ensinada nos cursos, aprendida com a experiência, mas também uma forma única de cada interação. Cada cliente proporciona uma troca, que, com o tempo, vai se tornando uma relação mais confortável para ambas, manicura e cliente, como aprendizado de cada uma sobre a outra. Isso tudo é parte fundamental do ofício de manicurar.

“Isso tudo” é um acontecimento, a produção de uma relação, ainda que breve, ainda que não se estenda no futuro, que por si só produz uma parte da vida social entre as duas mulheres. Aqui é preciso ousar colocar uma discussão bastante complexa,

mesmo que não haja neste texto instrumentos teóricos para resolvê-la: e se admitimos que a subjetividade de cada mulher presente nessa interação, em vez de ser um marcador fixo dos limites da individualidade de cada uma, é, na verdade, um processo? Seguindo o caminho tomado por Rolnik (1997) a pele que nos envolve é

> *um tecido vivo e móvel, feito das forças/fluxosque compõem os meios variáveis que habitam a subjetividade: meio profissional, familiar, sexual, econômico, político, cultural, informático, turístico, etc. Como estes meios, além de variarem ao longo do tempo, fazem entre si diferentes combinações, outras forças entram constantemente em jogo, que vão misturar-se às já existentes, numa dinâmica incessante de atração e repulsa. Formam-se na pele constelações as mais diversas que vão se acumulando até que um diagrama inusitado de relações de força se configure" (…) O que logo observamos é que outros fluxos vão entrando na composição da pele, formando outras constelações e que, aos poucos, outros diagramas de relações de força emergem e assim sucessivamente"*.

Adotando os sentidos de Rolnik (1997), intui-se que a interação entre manicura e cliente é produtora de formas de ser e de estar. A reflexão da autora vai mais longe e conclui, entre outras coisas, que as subjetividades vivem em movimento, desafiando os limites impostos pelas identidades formadas macrossocialmente. Com isso, quero indagar se, na interação entre manicura e cliente, o que está em jogo não é justamente uma forma de ser e estar que, ao menos naquele momento, não necessariamente reflete as determinâncias "externas" do mundo social, onde.essas mulheres estão separadas pelas relações sociais – relação social de sexo, de classe, de raça, para falar das principais. Se não é, exatamente por isso, por esse momento de suspensão, que esse encontro pode ser prazeiroso e, ao menos naquele momento, libertador.

Isso significa que a interação entre manicura e cliente pode configurar um momento de criação, de busca do belo e do bem-estar. Mas quando há uma organização de trabalho que impõe objetivos externos, comerciais, ou quando uma ou outra das interactantes impõe atributos sociais externos (como a reinvidicação de uma posição superior de classe social, de raça, de origem) a mesma interação pode ser fonte de sofrimento para as subjetividades presentes.

Gimlin (2002) sugere que o formato da interação – apenas entre o prestador de serviço e o cliente - leva à intensificação *do envolvimento dominante* e consequente criação de intimidade. Quando a intimidade é concedida pelo cliente, pode levar bem-estar ao trabalhador, que reconhece estar recebendo informações exclusivas.

Se imaginamos que, dentro deste formato, o cliente ou o trabalhador não adere à frouxidão de regras típicas de uma interação com intimidade, há o sentimento de promiscuidade: há proximidade física a um *self* que continua a preservar seu território (Goffman, 1972), marcando um distanciamento artificial ante a troca corporal que já ocorre. Essa interação, em que a razão da troca econômica prevalece sobre a troca corporal, subjetiva, pode ser fonte de sofrimento emocional. Quando há negação do encontro, quando um dos presentes não concede ser afetado, e impõe sobre o outro a couraça das suas identidades sociaisa interação que poderia libertar, aprisiona.

É preciso dizer que a indagação feita à luz da reflexão de Rolnik (1997) não diz respeito à forma social desse trabalho, mas sim à interação social que o compõe[111]. Enquanto, no nível da interação, indagamos sobre uma subjetividade que pode se construir e se libertar no encontro com outra; não faz sentido indagar sobre essa libertação no nível das condições de trabalho – tanto no aspecto da atividade quanto no do emprego. São as relações sociais em consubstancialidade (Kergoat, 2009) que limitam, controlam, exaltam ou rebaixam a identidade social do serviço de manicure. É dentro dessas disputas macrossociais, , que as manicuras, enquanto parte de uma classe trabalhadora, ou de uma classe profissional, poderão conquistar melhores condições de trabalho e reconhecimento social.

[111] Há ainda a questão do ritual. Se estamos, então, falando de um modo de ser e estar, construído em interação social, conservando o conceito de Goffman sobre o que é uma interação, é preciso lembrar que ela tem também sua dimensão de ritual. Seriam os rituais da interação um impedimento para conceber uma subjetividade em movimento, inventiva? O ritual, em Goffman, não é simplesmente um reflexo da moral social sobre o comportamento, embora a moral sirva de referencial para a definição da situação adotada por cada ator. O ritual é também convencionado na interação, no acordo operacional entre os atores para a manutenção do equilíbrio da situação. A interação – nunca é demais lembrar – é um sistema com regras próprias e em uma frágil estabilidade que precisa ser trabalhada sempre. Nesse sentido, o ritual também pode ser uma criação.

Interações de relações e de encontros com ninguém

Algumas clientes estão cansadas demais ou indispostas para buscar uma conversação, ou para responder a temas que não lhe interessam, e preferem não ter de frequentar salões de beleza. Elas preferem não conceder abertura às conversações genéricas, daquelas que podem ocorrer em qualquer lugar público, como falar do clima, por exemplo. O incômodo dessa situação deriva de ela de saber que a manicura é uma pessoa que lhe está dedicando sua presença, naquele momento, e que seria mais educado olhá-la e perguntar seu nome, permitindo uma conversa. Mas sendo o salão um lugar também de relaxar, as clientes podem optar por frequentá-lo mesmo assim, já que lá encontraram enfim um serviço de excelente resultado[112]. Nesse caso, a cliente costuma deter-se em uma leitura, ou assistir televisão, ou fechar os olhos e relaxar. Assim, não necessita abrir nenhum pretexto para conversação, sequer exibir nenhum sorriso formal de concordância, nem emitir opinião sobre nada. A permissão desse momento de descanso interacional é uma característica do serviço oferecido por muitos salões, como se pode-se compreender pelas palavras de uma proprietária:

> *Eu acho que um salão de beleza, as clientes não vem tanto pra se embelezar, mas acredito pra, um "desestress" sabe? Elas vem pra relaxar pra sair né e acaba as vezes saindo daqui estressada, não é, porque ela não está aqui pra ficar escutando problema da outra pessoa, ela já tem os seus problemas pessoais. (Proprietária de um grande salão)*

O salão é um espaço para descansar dos julgamentos sociais da vida pública cotidiana, embora sempre haja limites morais[113]. Lá se pode, portanto, deixar de disfarçar seu desinteresse sobre a pessoa da manicura. As clientes, assim, não buscam

---

[112] O resultado nas unhas e a forma de fazer a retirada das cutículas é o fator mais citado pelas clientes para responder à pergunta sobre como escolheram a manicura que sempre as atende.

[113] Recentemente, uma australiana foi retirada pela polícia de um salão de beleza porque manifestou racismo contra uma manicura negra (Notícia em http://g1.globo.com/distrito-federal/noticia/2014/02/australiana-presa-por-racismo-em-brasilia-e-solta.html, acesso em 01/04/2014).

interações de serviço que criem relações, nos termos de Gutek (1995), mas aquelas que não se repetem, que sejam apenas encontros. O melhor atendimento personalizado nesse caso é ser o menos "pessoa" possível. O serviço bom será o rápido e com resultado bonito.

Esse modelo de situação foi bastante frequente tanto em minhas observações como nos depoimentos das manicuras e indica a essa profissional uma maneira de trabalhar. Nesse caso, é possível, por exemplo, acelerar os gestos. Sem ter de dar atenção verbal à cliente, pode concentrar-se no trabalho manual e abrir espaço para mais uma cliente em sua agenda. Como a maioria das manicuras ganha de acordo com a quantidade de serviços prestados, uma interação sem engajamento de face pode aumentar a renda do dia.

Por outro lado, trabalhar sem conversar pode ser rentável finaneiramente, mas não para a saúde. Se, em vez de cansada, a cliente se sentir completamente à vontade com o silêncio, pode provocar um incômodo emocional à manicure. Sem a desculpa do cansaço, ou da tensão com a remoção da cutícula, distraída com uma revista, uma xicara de café, uma ligação no celular, uma cliente pode mal olhar na face da manicura. Apenas troca as mãos quando a manicura lhe dá um sinal. Avisa a cor do esmalte e, se preciso, dá uma indicação sobre a profundidade da cutícula. Porém, diferente da cliente atribulada e cansada, o que está posto nesse silêncio não é a falta de energia ou de habilidade interacional. Não há, na verdade, percepção da pessoa da manicura. "Naturalmente", não há por que falar ou olhar para a manicura; ela não existe.

Esse estatuto de "não pessoa" causa mal-estar na manicura, que pode tentar quebrá-lo, iniciando uma conversa. Se não há atenção recíproca à pessoa da manicura, esta tem de fazer o esforço de trabalhar sem estar presente – sem olhar na face, sem falar ou ouvir, só manicurar – não duas mulheres sentadas frente a frente, mas duas mãos servindo outras duas, como me contou a manicura Fátima:

> *Juliana: E se a pessoa não falar nada?*
>
> *Fátima: Eu fico quieta também, eu tento uma vez, duas, se eu vejo que a abertura não está acontecendo, se a pessoa não está com vontade, não quer falar, eu respeito, fico quieta também.*

> *Juliana: E aí isso é bom ou ruim?*
>
> *Fátima: Eu acho ruim, eu prefiro conversar; eu prefiro... Eu atendi uma cliente que não falou nada, e foi a pior cliente que eu atendi. Ela simplesmente não falou nada, ficou quieta, eu saí de lá e falei assim: "Não, nunca mais eu volto aqui".*
>
> *Juliana: E ela estava tensa ou não?*
>
> *Fátima: Não estava tensa, mas simplesmente, muito indiferente.*
>
> *Juliana: Uma pessoa que não fala nada?*
>
> *Fátima: É, muito indiferente, eu achei que foi muito indiferente comigo, eu achei que teve, rolou muita indiferença assim, não gostei.*
>
> *(trecho da entrevista com a manicura Fátima)*

Embora haja duas pessoas ali, há somente uma subjetividade reconhecida; a outra resta invisível. Mas, no caso, a invisibilidade não é a mesma que Costa (2008) demonstrou ao tornar-se invísível para seus colegas de classe enquanto trabalhava de gari na universidade em que estudava. Naquele caso nem o seu corpo-força-de-trabalho, e nem o de todos os garis, eram considerados. Quando eram vistos por alguém que cruzava pelo caminho, era desviado como se fosse um objeto. Diferente disso, no exemplo a seguir, a força de trabalho encarnada no corpo da manicura está visível e reconhecida. O que não se vê - e parece não se querer ver – é a subjetividade da manicura, isto é, a existência de uma pessoa que sente, que se deixou afetar.

A história é a do pior atendimento que a manicura Flora já realizou. Aconteceu quando trabalhava em um salão luxuoso e com uma cliente de quem, até então, ela gostava muito. Naquela época, ela já era conhecida por ser especialmente boa em unhas artísticas. A cliente em questão tinha suas unhas feitas por Flora há anos e, por gostar tanto disso, decidiu que no dia de seu aniversário iria ao salão com suas melhores amigas e deixaria, finalmente, que a manicura fizesse o desenho que quisesse em suas mãos, até mesmo com cores escuras – algo que essa cliente nunca ousara usar. Lisonjeada, Flora iniciou o trabalho mas não conseguiu termina-lo, pois foi interrompida em voz alta: "Você está louca? O que você está fazendo? **Eu não mandei**

você fazer isso![114]". Flora assustou-se. As outras manicuras e clientes voltaram-se para as duas. Sob os olhares de todos, imediatamente Flora respondeu: "Fique calma, eu mal comecei. Também é o meu nome que está aqui. Vai ficar bom". Mas a cliente continuou: "pode tirar tudo agora!". Decepcionada, Flora cumpriu a ordem e retirou todo o esmalte. Muito triste, terminou a pintura das unhas. Faltava ainda "fazer" os pés, mas isso era impossível para ela. Não esperava que uma de suas clientes mais fiéis, que a tratava de amiga, gritasse com ela daquela forma. Flora retirou-se e chamou outra manicura. Insatisfeita, a cliente foi até a recepção e pediu por Flora. "Você não vai fazer o meu pé? Venha fazer o meu pé." Flora respondeu: "Não, a manicura Regina é que irá te atender". Sem admitir, mais uma vez, a decepção da manicura, a cliente comentou com a funcionária da recepção: "A Flora está brava hoje! Ela não vai fazer o meu pé?". Não, nem naquele dia e nem nunca mais. Era a vez de Flora responder-lhe: "Foi muito bom ter tido você como cliente, mas a partir de hoje a manicura Regina é quem irá atendê-la".

Retirar-se de fato da situação e finalizar o relacionamento foi o sentimento de Flora, e foi também uma solução. Foi preciso mostrar à cliente o vazio da sua ausência para que a ela percebesse haver sempre duas subjetividades em interação.

Clientes que se esquecem de que a manicura tem ouvidos, julgamento, sentimentos, foram frequentes nos relatos desta pesquisa. Uma cliente que fale bastante também pode ignorar a pessoa da manicura. É a típica cliente "chata" relatada pela manicura Nice: "uma cliente chata não te dá atenção. Só ela fala, só ela pode, só ela acha... Insuportável". Já vimos porque Nice não gosta de algumas clientes. Elas não percebem que enquanto disputam em qual colégio mais caro da cidade seus filhos estudam, Nice tem dificuldades de manter seus filhos estudando sem que precisem trabalhar.

Sentir-se como pessoa, ser assim reconhecida, é o que, enfim, acabaria com o incômodo dessas manicuras. Vale a pena retomar o diálogo com Fátima, quando ela

---

[114] Grifo meu.

tenta explicar que sentimento ruim é esse que aparece quando uma cliente lhe pediu que calçasse seus sapatos:

> *Fátima: Você está atendendo uma cliente, ela lhe pede para você ajudar a colocar os sapatos. Se você é uma pessoa assim, é… um pouco orgulhosa, eu não consigo bem achar essa palavra, mas as primeiras vezes que me veio isso na cabeça assim, eu falei: "Não, tudo bem, não tem problema", mas você tem que.., você está conseguindo me entender? O que eu estou querendo dizer? Até o gesto...*
>
> *Juliana: O gesto já te coloca abaixo daquela pessoa?*
>
> *Fátima: Exatamente. E nas vezes que aconteceu alguma coisa com relação à isso, eu parei e pensei: "Poxa, mas, vá lá", entendeu? Mas me deu um negócio.*
>
> *Juliana: Um mal-estar?*
>
> *Fátima: Me tocou assim sabe, tipo...*
>
> *Juliana: Isso foi na primeira vez? E depois?*
>
> *Fátima: Nas primeiras, depois não, agora eu encaro com mais naturalidade ...*
>
> *Juliana: E o que você fez para encarar com naturalidade? Não te incomoda agora?*
>
> *Fátima: Agora não, não me incomoda. Mas nas primeiras vezes, me tocou sim.*
>
> *Juliana: Incomodou?*
>
> *Fátima: É, tipo: "nossa que saco!" Sabe?*
>
> *Juliana: Mas o que você fez para você se livrar desse incômodo, dentro de você?*

Com essa pergunta, tentei descobrir se a manicura Fátima usava uma atuação profunda, como conceituou Hochschild, para suportar esses gestos. Ela disse: "Poxa, mas vá lá!", ou seja, havia que continuar o trabalho e dar menos importância para esse incômodo. "Hoje encaro com naturalidade", o que houve? A cliente não pede mais esse gesto? Fátima decidiu não o fazer mais? Ou mudou sua forma de senti-lo? Ela responde:

> *Fátima: Não sei, eu acho que foi o hábito, foi a coisa acontecendo, e as relações se estreitando, principalmente com as clientes.* ***E as pessoas entendendo que eu sou uma pessoa***[115]*, enfim, porque no Brasil, a profissão de manicure, você deve saber, eu acho que é uma profissão um pouco inferiorizada. As pessoas não dão muito valor e é muito servil mesmo, e eu acho que talvez até no peso da palavra no português, eu acho que as pessoas menosprezam um pouco, e como eu estava atendendo muitas clientes brasileiras, às vezes eu sentia que tinha um pouco essa visão.*
>
> *Juliana: Das suas clientes?*
>
> *Fátima: Das clientes. Mas aí como eu te disse, eu fui estreitando as relações, fui tendo uma carteira de clientes, enfim, isso já não acontece mais, as pessoas me veem como uma pessoa que está fazendo isso para ganhar uma grana, enfim. E elas não me veem como uma manicure, entendeu?*

Não mudou o gesto nem o sentido que Fátima atribui a ele. Pode ter mudado o sentimento, já que que agora ela diz "encará-lo com naturalidade". Mas o verbo que usou nos indica qual foi a mágica: "encarar", olhar de frente. Foi a "cara", a "face", a fachada, que mudou. "Eu fui estreitando as relações, fui tendo uma carteira de clientes, isso já não acontece mais". As interações de serviço com as clientes caminharam para uma relação entre duas imigrantes de um mesmo país. Como Fátima salienta, o seu papel deixou de ser o de uma manicura e tornou-se o de "alguém querendo ganhar uma grana".

> *Juliana: Entendi. As suas clientes atuais não te vêem como uma manicura?*
>
> *Fátima: É, exatamente. Eu não sei, não estou falando pelo lado negativo, não posso dizer isso de uma forma negativa.*

---

[115] Grifos meus.

Como falar de ser manicura de uma forma negativa se é esee trabalho que a sustenta e ao marido, ainda sem emprego? Mas como falar de uma forma positiva, se é esse trabalho que a faz sentir-se menosprezada? Esse assunto será retomado na discussão sobre o estatuto da profissão de manicura.

Quebras de protocolo e intimidade

Os exemplos vistos nas seções anteriores mostram que a cliente deve ter para si todo o envolvimento dominante da interação, e a manicura, o mínimo de envolvimentos laterais – devaneios, escapadelas, distrações mentais. No entanto, essa regra de envolvimento está mais próxima da idealização de patrões, gerentes e clientes do que das descrições de clientes e de algumas observações minhas em salões. No âmbito da interação pessoal, manicuras e clientes podem forjar suas próprias regras, nas quais as hierarquias de comando nem sempre correspondem às hierarquias sociais de poder.

Como as entrevistas apontaram que as manicuras ficam mais confortáveis com clientes que sabem de onde vêm, com pessoas conhecidas, decidi pedir a uma amiga que me apresentasse a sua manicura para que eu pudesse ter uma experiência mais rotineira. Assim cheguei ao salão que chamarei de "Salão Paola"[116] e fui apresentada à manicura Claudia.

Trata-se de um pequeno estabelecimento que ocupa parte do térreo de pequeno e antigo prédio residencial. Está muito próximo de uma estação de metrô e de um dos corredores de ônibus mais importantes da cidade. Mesmo estando numa região central, dotada de bastante acessibilidade, o salão atende pessoas que chegam a pé, por trabalharem perto ou residirem por ali.

É um salão de pouco espaço. Possui três cadeiras de cabeleireiros, dois lavatórios para cabelo, e uma bancada de cinco cadeiras, na qual as manicuras

[116] "Paola" é um nome fictício, assim como todos os outros mencionados neste texto.

acomodam suas clientes. Trabalham ao mesmo tempo duas cabeleireiras, uma ajudante, e quatro manicuras Quando há menos movimento, em geral nas tardes de terças e quartas-feiras, apenas uma ou duas manicuras estão presentes. As portas são inteiramente de vidro, possibilitando que qualquer pessoa na rua visualize facilmente o que acontece no salão. Nos fundos, depois de um estreito corredor onde há uma pia, um filtro, e um balcão com a cafeteira, encontra-se uma pequena sala onde são feitas depilações.

Nesse salão, a manicura fica frente a frente com a cliente, em uma cadeira da mesma altura que a dela. Apenas o apoio frontal da cadeira as separa. Suas pernas tocam as da cliente por fora, quase inevitavelmente, a não ser que esta se esforce para ficar com as suas bem cruzadas. A manicura fica com a coluna bem curvada, para poder enxergar a cutícula. O seu material fica na gaveta sob o assento de sua cadeira. A cliente, ao olhar para frente, enxerga o rosto da manicura. Olhando um pouco para baixo, vê com detalhe o trabalho sendo realizado. Não se pode distanciar muito, pois suas mãos precisam estar próximas das da manicura. Nessa posição, é possível falar muito baixo e ser ouvido.

Meu primeiro atendimento com Claudia foi numa quinta-feira, fim de tarde. O salão estava cheio. Michele, a cliente que me apresentou o salão, costumava frequentá-lo havia seis meses, e não era cliente assídua. Ia apenas para fazer as unhas. Nesse dia, a conversa entre elas dava-me a impressão de um relacionamento muito mais antigo.

Claudia fez-me a manicure em trinta minutos. Foi muito ágil. Durante o trabalho, conversou bastante, rindo e respondendo tranquilamente minhas perguntas sobre sua vida de trabalho, sem demonstrar incômodo. Ela trabalha há oito anos nesse oficio. Tem três filhos. Disse que "já foi de tudo na vida: diarista, babá…". Reside em outro município da região metropolitana, e leva uma média de duas horas e meia para chegar ao trabalho. Mesmo assim, prefere deslocar-se para São Paulo a ter de montar uma nova clientela em sua cidade. Comentou uma vez em que uma cliente marcou unha para as nove da manhã e faltou: "Desgraçada. Depois ligou querendo marcar de novo e eu não marquei". Pois, para estar no salão às nove horas, ela precisa sair de casa às 6:30. Por isso, durante a semana, normalmente chega às onze no salão. No dia em que fui,

suas clientes eram em número suficiente para que lá permanecesse até as 21:00. Chegaria em casa quase à meia noite. Quebrando as indicações dos proprietários e das outras manicuras que entrevistei, Claudia faz comentários sobre uma cliente para outra, e não prima por apresentar um tratamento igualitário a todas (que pagam afinal o mesmo valor).

Não há televisão nesse salão. Um ambiente só de mulheres, com bastante conversa sobre cabelos e unhas e, às vezes, algum silêncio. Os preços dos serviços são baixos, mas estão na média dos outros salões das redondezas: fazer as mãos custou doze reais. Para fazer os pés, teriam sido treze[117]. Aplicar tintura nos cabelos custa 25 reais, desde que a cliente traga a tinta. O pagamento só pode ser feito em dinheiro.

No atendimento seguinte, fui sozinha. Já era uma cliente conhecida e chamada de "Ju". Frequentei o salão outras vezes, sempre com a mesma manicura, mas não fui cliente fiel, pois continuava buscando conhecer salões diversos e estava fazendo um curso de manicure[118]. Porém, pude presenciar situações que mostraram o quão atenta Claudia precisa(va) ser nas suas interações com as clientes.

Claudia raramente deixava de atender alguém que a procurasse. Se sua agenda estivesse lotada, ela encaixaria, entre uma cliente e outra, aquele(a) que havia chegado sem avisar. Um dia, propositadamente, fui uma dessas. Cheguei num horário em que o salão costuma estar cheio, noite de sexta-feira, e tentei ser atendida sem hora marcada: "Ah Ju, não tenho horário. Espera aí: deixa eu ver a agenda aqui. Senta ali, espera um pouquinho, que eu vou ver o que posso fazer".

Nesse dia, Claudia certamente bateu seu recorde de rapidez - ou ao menos o de todos os atendimentos que vi. Deixou-me sentada na última cadeira do sofá. Enquanto deixava os pés de uma cliente de molho, agachou-se ao meu lado e tirou o esmalte velho da minha unha. Isso durou não mais do que dois minutos. Passou base, tirou a cutícula

---

[117] Preços de 2011.

[118] No curso, a professora pedia-nos que não fizéssemos as unhas, pois serviríamos de "modelo" umas para as outras.

do pé da outra. Deixou de molho. Lixou, tirou a minha cutícula, passou base nas minhas unhas. Voltou para o pé da outra. Esmaltou minhas unhas, limpou os excessos de esmalte e terminou minhas mãos. A cliente das 19:30 já estava esperando, e foi atendida com quinze minutos de atraso – minutos que ela usou para me encaixar, roubando um pedacinho de tempo da cliente anterior. Nessa noite, Claudia mostrou porque é a manicura que mais trabalha no salão: ela nunca diz não para ninguém, e ainda faz isso demonstrando aparência bem humorada, como se não estivesse fazendo nenhum esforço adicional. Não consegui ver cansaço no seu rosto. Mas a manicuragem continha imperfeições, e eu, que já não era uma cliente leiga, conseguia vê-las.

O serviço da manicura, que sempre me pareceu bom, depois que comecei as aulas de Técnicas de Manicure, passou a não ser mais. O curso deixou-me mais exigente e observadora dos procedimentos de higiene e do momento mais difícil da manicuragem, que é a retirada das cutículas. Assim como muitas manicuras que entrevistei, passei a ver os defeitos cometidos por quase todas as profissionais e a ficar cada vez menos satisfeita com a qualidade dos serviços em todos os salões.

Meses depois, em outra tarde de terça, o salão estava praticamente vazio; havia apenas Claudia, uma cabeleireira atendendo, outra lendo um livro e o dono no balcão da pequenina recepção. Como sempre, foi tudo muito rápido, pois, segundo ela, minha unha é fácil. Ao mesmo tempo, duas clientes marcaram os horários seguintes por telefone, e uma senhora, que não havia marcado horário esperava para ser atendida. Todas ligaram perguntando diretamente por Claudia, embora houvesse vaga na agenda das outras manicuras.

Claudia não tem salário mensal garantido. Sua remuneração é composta por uma porcentagem sobre o que suas clientes pagam e pelas gorjetas que recebe. É mais uma manicura sem estabilidade em sua remuneração, de forma que a assiduidade de uma cliente se torna muito importante para que possa ter alguma previsão de quanto vai ganhar no fim do mês e não ter problemas para pagar suas contas. Isso pode explicar por que faz o possível para não deixar uma cliente sem atendimento.

Dessa última vez, percebi que Claudia estava acima do peso, com as costas mais arqueadas e acúmulo de gordura no abdômen, como costumo ver em outras manicuras

experientes. Estava mais séria do que antes e com um ar cansado. Essa aparência poderia derivar somente do calor do dia quente ensolarado, ou de algum fato isolado, mas poderia também ser efeito de meses de trabalho intenso.

Antes de entrarmos no salão, no meu primeiro dia, Michele me dissera que eu conheceria “uma manicura interessante, dessas que fala pelos cotovelos”. Ela destacou-se para Michele por sua representação. De fato, comigo, já desde o seu primeiro atendimento, a atuação da manicura foi além da técnica da manicuragem, oferecendo também um espaço para conversar.

A performance de Claudia pareceu-me muito sedutora. Ela ofereceu-me uma conversa informal e leve, com espaço para que eu pudesse comentar minha vida pessoal privada. Contava-me algumas vezes de festas do seu fim de semana, mostrando-me no celular a foto do vestido que usou. Raramente havia algum momento de silêncio ou de muita seriedade. Ela sempre iniciava a conversa perguntando sobre a minha vida amorosa, também contando da sua, tudo de maneira bastante informal. Num dia em que eu não estava muito bem, escolhi mal a cor do esmalte e não gostei do resultado final. Ela não hesitou em dizer-me: “melhora essa cara, hoje é sexta-feira!”.

O atendimento de Claudia mostrou-me que, quando há um relacionamento com a cliente (e não apenas encontros, como diferencia Gutek), padrões de conduta podem ser quebrados. O que dizer quando Claudia pediu para que uma cliente começasse, ela mesma, a tirar o seu próprio esmalte velho? Naquela noite de sexta, com o salão lotado, havia duas clientes em espera, a ponto de irem embora. Para não as perder, pediu para uma delas que já iniciasse o serviço. É possível ver certa ousadia nessa atitude: em salões luxuosos, dificilmente ocorreria essa cena. Mas, nesse, o clima era de coleguismo, de informalidade e, novamente, de intimidade. Claudia falou com a cliente como se esta fosse sua amiga e, assim, deixou leve o pedido. Era um favor, para adiantar o serviço, que todos notavam estar atrasado. A cliente prontamente começou a passar acetona nas próprias unhas e não reclamou. Com isso, fez um favor para a manicura, ganhando sua simpatia e reforçando um vínculo de amizade.

Pedir a uma cliente que tire o esmalte das próprias unhas é uma quebra de protocolo que só pode acontecer se o caráter comercial da relação de serviço for

encoberto por um tom de intimidade, de informalidade. Nesse sentido, a intimidade facilita o equilíbrio da interação, pois a manutenção de uma impressão exige sempre um trabalho delicado e pode ser quebrado com gestos minúsculos, como salienta o próprio Goffman (2005, p.54). Entretanto, se a interação ocorre entre atores íntimos naquela situação, o risco do embaraço é menor.

A intimidade pode ter efeito dúbio em uma interação de serviço, pois, ao mesmo tempo em que relaxa as regras sobre aproximação física e amplia o rol de assuntos que podem ser abordados em conversa, pode tornar a trabalhadora vulnerável a invasões de privacidade, se for associada à servilidade e ao trabalho subalterno. Bouzón (2010) nota que, entre todos os funcionários do salão, as manicuras e depiladoras, as mesmas consideradas no grau mais baixo da hierarquia de funções, são as que mais estão sujeitas a essas violações de espaço íntimo:

> *De acordo com os relatos a que tive acesso, posso afirmar que manicures e depiladoras são, dentro dos salões de beleza, as duas profissões mais sujeitas a situações de paquera ou de cantada por parte de clientes. A maior proximidade física entre os corpos ou a própria posição em que manicures se encontram (sentadas frente a frente com o cliente, estando sua cadeira em um nível mais baixo, em uma postura que remete à submissão) pode ajudar a explicar a maior exposição de tal categoria profissional a possíveis iniciativas de flerte. Muitas manicures com quem conversei, sobretudo as do salão do Catete, reclamam de clientes homens que olham para seus seios durante o atendimento, roçam as pernas contra as suas, alisam ou apertam suas mãos e chegam mesmo a pedir seu número de telefone. (Bouzón, 2010, p. 252)*

Como a mesma autora esclarece, a intimidade que pode existir entre cliente e profissionais de um salão de beleza não é apenas um resultado da proximidade física entre as duas pessoas, um efeito psicológico intersubjetivo, mas também uma escapadela, como uma efeito de exceção, uma quebra temporária às dinâmicas de distanciamento vivenciadas pelo *self* em outras esferas da vida social, como no trabalho, na escola, no espaço público. Na síntese de Bouzón (2010)

> *(…) o que a especificidade dessas relações de distância e proximidade nas sociedades urbano-industriais nos mostra é que a intimidade é mais um dos elementos que deslizam por entre as esferas do público e do privado. E alguns espaços sociais são privilegiados para mostrar como tais separações entre vida social e vida íntima não se dão de forma tão hermética, como é o caso dos salões de beleza.*

A intimidade leva à criação de um ambiente, no qual pode haver confidências; mas na cena de trabalho, onde a relação comercial é a relação predominante, não há uma troca de confidências – a manicura é quem desempenha o papel de confidente. Nesse sentido, as manicuras apontaram dois tipos de relacionamento: um que as coloca no lugar de escuta, de confidência, como se fosse isso parte da prestação do serviço; e outro tipo, no qual se constrói um relacionamento duradouro, com espaços mais igualitários de troca de informações pessoais, no qual há mais afinidades pessoais.

Em ambas as relações, a cliente relata informações pessoais que não poderia contar a outras pessoas. Nos salões, as clientes têm permissão para falar de seus problemas e essa é quase uma prática associada ao serviço. Há um lado lisonjeiro para a manicura nesse processo – o de conhecer os segredos de uma pessoa que ela considera ser de classe social com frequência superior à sua. Em geral, ocorre a empatia, ou a compaixão da manicura pela cliente. Mas podem também ocorrer decepções, quando clientes retomam o distanciamento social em outras situações (Cohen, 2010), demonstrando que a proximidade e a intimidade eram momentâneas e apenas parte do serviço consumido. Nesse tipo de relacionamento há menos espaço para troca de ideias.

Algumas manicuras se queixaram de que algumas clientes parecem ir ao salão mais para desabafar do que para se embelezar, sendo por elas consideradas “clientes ruins”. Não é difícil encontrar quem diga que as manicuras constituem uma espécie de conselheiras amorosas, como insinuou um programa de televisão.[119] É conhecida a fama do salão como um lugar para desabafar. No entanto, nas entrevistas que realizei,

[119] Citamos, no início, o programa Conversas de Salão, da GNT, exibido em 2010.

algumas manicuras salientam que não é esse serviço de escuta que elas gostariam de prestar.

> *Mas tem cliente que usa você: não quer pagar terapia e quer pagar manicure, que é mais barato. A maioria das minhas clientes é depressiva. Teve uma época que eu fiquei tão de saco cheio que queria que elas sumissem". (Manicura Jessica.)*

> *As clientes são muito pesadas, auras negativas. Tem umas muito legais mas você vai conversando, conversando, ela tem um problema. Seja com marido, com filho, mas tem. O maior problema das mulheres hoje é simplesmente falta de atenção. Elas não têm atenção na casa delas, com a família, se sentem rejeitadas de n maneiras. É com filho, marido, às vezes não têm namorado, arrumam uns trastes… problema afetivo. (Manicura Jéssica.)*

> *Eu tenho cliente que me liga, que eu sei que não quer fazer unha; que quer conversar. Porque eu fico perguntando: "O que você quer?", "Não, tanto faz" "Que esmalte que eu levo?" "Não precisa trazer esmalte não". É mais ou menos isso. Eu sei que não é a unha, entendeu? Eu tenho algumas clientes que eu sei que não têm muitas condições financeiras, mas que são meio depressivas, e que querem conversar. Eu sei que não é prioridade fazer unha, entendeu? E que vêm aqui na minha casa para conversar. E que ficam três horas aqui. Vêm fazer uma mão e ficam três horas. (Manicure Fátima)*

Outras manicuras, porém, salientam que fazer as unhas é uma oportunidade de desabafar e de falar coisas que nem a um psicólogo certas clientes falariam. A manicura seria uma guardiã, para segredos que se ocultam às vezes até de si mesmo. A manicura Deise discute esse papel, e não se incomoda com o lugar de escuta; ao contrário, reconhece nele a confiança da cliente, como me conta:

> *Manicura Deise - Então a gente que trabalha de manicure, nós somos mais que… acho que mais do que psicólogo, sabe? Porque as pessoas com problemas vão lá [no psicólogo] e eles não querem ouvir os seus problemas.*

> *Eles querem falar dos deles. Então, eu tenho cliente que as vezes chega lá [no salão] e desaba, entendeu?*
>
> *Juliana: Essas clientes que fazem isso são clientes já antigas ou clientes novas?*
>
> *Manicura Deise - Cliente antiga. Tem cliente nova que às vezes tem necessidade de estar falando, de desabafar. Se você der liberdade, começar a conversar... Porque, a gente conversa mesmo. Começa a conversar com a pessoa como se você a conhecesse há muito tempo, até que a pessoa fica à vontade, e acaba contando tudo, entendeu? Mas a gente também não vai sair falando. Eu tenho segredo de cliente que vai comigo para o túmulo. Eu me sinto até, sabe,, até uma pessoa… que seja assim… lisonjeada, sabe? Por aquela pessoa estar confiando em mim. De me contar a vida dela, seus problemas com marido, com filho, nossa, muita coisa. (Manicura Deise)*

Na fala abaixo, o manicuro Claudio também relata cumprir um papel de confidente, sendo isso parte do seu trabalho. Ele vê seu salão como um "ponto chave", para suas clientes recuperarem "as energias" e suportarem problemas advindos do seus diversos papéis, na vida doméstica e familiar:

> *Porque, às vezes, você está com um problema na sua casa e você me vê como seu amigo. Você quer desabafar, quer contar alguma coisa íntima sua, você confia em mim para falar! A manicure é meio psicóloga, não é? Você acaba tendo que ouvir problemas de mulheres casadas, do lar, que têm filhos às vezes problemáticos... Enfim, muitas das clientes, na verdade, não nos procuram somente porque querem ficar bonitas; aquilo ali na verdade já virou também o momento dela. O momento dela desabafar, o momento dela se cuidar, o momento dela falar um pouco sobre coisas que, de repente, ela não poderia estar conversando dentro da casa dela e com qualquer pessoa; então, o interessante sobre nós também, é que nós viramos esse "ponto chave". As clientes têm tanto respeito, tanto carinho, tanta amizade conosco que elas já nos procuram para falar coisas até intimas delas, entendeu? E, claro, com toda discrição e tudo mais. Eu jamais vou passar isso para frente. Então a gente acaba ouvindo seus problemas, confidências...*

Deise sabe que a escuta é uma necessidade humana e quando afirma sentir-se lisonjeada pela confiança nela depositada e compara seu trabalho ao do psicólogo, compreende o momento de escuta e aconselhamento como parte daquilo que dá sentido ao seu trabalho. Da mesma forma, o manicuro Claudio percebe esse outro uso do seu serviço e compreende que ele faz parte da relação com a cliente, que, afinal, nunca deve ser vista como alguém que foi apenas buscar embelezamento de unhas. Mas ambos ressaltam também haver uma motivação maior, à da prestação de um bom serviço, como declara Claudio:

> *E eu vejo isso positivamente. Muitas pessoas [colegas de profissão] às vezes não gostam de ter tanto contato [com cliente]. Eu gosto, porque eu acho que é importante você servir. Você estar sempre, digamos assim, pronto. Porque eu não sou somente um profissional, eu sou um amigo. Se você, de repente, precisar de uma palavra, de um incentivo, nós vamos dar.*

É como se o trabalho no salão de beleza fosse também o trabalho de cuidar de pessoas, seja tornando-as mais belas, seja reconfortando-as com uma conversa, com a escuta. Nesse sentido, Deise, Claudio, Monica e outras manicuras trazem a lógica do *care* para a interação com o cliente.

Care e trabalho

Se a relação comercial é uma presença constante em um serviço, ela não anula outra, que pode direcionar a interação entre manicura e clientes: a lógica do cuidado ou, como extensa literatura denomina, a ética do *care*.

Care é um vocábulo escrito em inglês que, em tradução literal para o português, resulta em “cuidado”. Como verbo (to care about) significa “importar-se”, “preocupar-se com”. Mas, o trabalho de *care*, ou um trabalho que envolva *care,* é mais difícil de traduzir. Envolve solicitude, postura de escuta, de atenção permanente, de preocupação,

e não necessariamente diz respeito a um trabalho terapêutico – por isso o verbo cuidar não é tradução suficiente.

Carol Gilligan, a partir da Psicologia, foi a primeira a apontar a existência do *care* como uma moral, uma forma de compreender e julgar o mundo (Gilligan, 1993 [1982]). Em linhas bastante gerais, pode-se dizer que o objetivo da autora era demonstrar a existência de um processo de desenvolvimento moral feminino baseado na socialização e nos papéis sociais a elas reservados. Contestando as análises que viam nas atitudes femininas uma aplicação errada da moral – que deveria ser matemática, imparcial, hierárquica, como se fosse única – para Gilligan, as mulheres, encarregadas do dever de cuidar (realizando atividades que envolvem o serviço do lar, a educação das crianças, a alimentação, a higiene, o cuidado da família) praticavam coerentemente uma outra moral, que tinha a responsabilidade pelo outro como valor maior. Essa moral é baseada num *self* que encontra seu significado na manutenção dos relacionamentos com outros seres humanos, e não num processo de individuação por meio de autodiferenciação em relação ao outro. Essa moral é indizível nos termos da teoria da justiça baseada na igualdade e na escolha racional; é uma "voz diferente". O seu objetivo não é o de uma escolha racional, mas o da manutenção das conexões, das relações humanas. Longe de ser um comportamento irracional, essa moral, chamada de "care" engendra práticas absolutamente necessárias para a reprodução da vida humana, como, por exemplo, a de cuidar de alguém que nada pode oferecer em troca (seres humanos em situação de total dependência, como um bebê ou um idoso senil).

A partir dessa proposição de Gilligan, fortaleceu-se a discussão em torno do trabalho que existe em cuidar. Assim, o *care* não é apenas um modo de pensar, julgar, agir, e nem é tipicamente feminino, embora seja mais observado nas mulheres. O *care* é uma prática realizada com trabalho, e pode ser compreendido como o trabalho de manutenção da reprodução humana.

Frequentemente não reconhecido como um trabalho, Joan Tronto lembra que o cuidar é uma atividade exaustiva, muitas vezes penosa e precária, relegada às mulheres, por elas constituírem o grupo social subordinado na divisão sexual do trabalho (Tronto, 2005). Para Tronto, a associação feita por Gilligan de uma ética do *care* ao gênero

feminino faz com que ele não seja percebido "como uma ética criada numa sociedade moderna, por condições de subordinação" (Tronto, 2005 *apud* Borgeaud-Garciandía, 2009, p.27). Bourgeaud-Garciandía, por sua vez, assinala que Gilligan não concebe uma moral essencialmente feminina. Sendo uma ética que se coloca em oposição às hierarquias patriarcais, o *care* é uma postura relacional e de resposta a uma dominação. Nas palavras da própria Gilligan:

> *A voz diferente que eu defino caracteriza-se não pelo gênero, mas pelo tema. Sua associação com as mulheres é uma observação empírica e é, sobretudo, através das vozes das mulheres que eu traço o seu desenvolvimento. Mas essa associação não é absoluta, e os contrastes entre as vozes masculinas e femininas são apresentados aqui para aclarar uma distinção entre dois modos de pensar e focalizar um problema de interpretação, mais do que representar uma generalização sobre ambos os sexos. (Gilligan, apud Zoboli, 2004, p.25)*

Embora seja uma discussão recente no meio acadêmico, já existe um conjunto de reflexões sobre o *care*. Elas abordam uma multiplicidade de aspectos (dimensão ética, moral, de prática social, de trabalho, de reconhecimento da vulnerabilidade humana), mas há um consenso de que existe um trabalho de *care*, que é pouco ou não reconhecido como trabalho, às vezes nem mesmo por quem o realiza, o que o torna mais desvalorizado socialmente.

As atividades de *care* são tidas como dons femininos e, por isso, para Pascale Molinier, é preciso demonstrar antes de tudo que o *care* é um trabalho, qual seja o de manter e preservar a vida do outro. É o trabalho de responder às relações de dependência e, nesse sentido, lida com vulnerabilidades e os tabus a respeito delas, como por exemplo, o corpo nu, a sexualidade, as necessidades biológicas (Bourgeaud-Garciandía, 2009, p.149).

Aqui me parece necessária a distinção entre o "*care-work*", isto é o *care* como trabalho, e o *care* como intenção, como uma ética, que pode estar presente em diversas atividades de trabalho. Em alguns estudos, o *care* é o trabalho de cuidar do outro, o que envolve uma dimensão afetiva inerente (Molinier, 2008). Em outros, o *care* é um tipo

de relação humana que se concretiza com trabalho. Nesse segundo sentido, há uma variada gama de atividades que contêm o *care*, desde o cuidado terapêutico propriamente dito, como fazem as enfermeiras, até às atividades de embelezamento pessoal, como afirma Arango (2013). Assim, o *care* seria uma dimensão do trabalho que compõe boa parte dos serviços interpessoais.

Mas se pensamos no *care* como o trabalho da manutenção da vida humana, da sua reprodução, da sua sobrevivência, então "*care*" é não apenas uma moral e uma prática, mas envolve atividades de trabalho específicas, que lidam com a dependência dos seres humanos uns dos outros. É observando o *care* como trabalho que Bourgeaud-Garciandía encontra importantes aspectos para explicar a falta de reconhecimento do seu valor. Um deles é a invisibilidade. Além de ser realizado em grande parte em ambientes privados, até mesmo familiares, a discrição é um requisito para o seu êxito. O *care* exige "habilidades discretas", que só se tornam visíveis quando falham. Hochschild (2003), sem ainda utilizar a conceituação de *care*, mas discutindo o trabalho de cuidar do outro, sugeriu que há um "*shadow labor*" (trabalho de sombra) nas atividades cujo objetivo é fazer o outro sentir-se bem. Com esse conceito, ela explica que promover o bem-estar do outro é uma ação bem sucedida quando não aparece como trabalho, mas como agrado, como resultado de uma troca afetiva, ou quando essa ação de fato não aparece, como no caso da cuidadora de idosos que faz um enorme esforço para não deixar o paciente perceber que ele está malcheiroso.

Bourdeaud-Garciandía também observa que é o afeto o que está posto em primeira visibilidade, sendo o mais buscado pelos contratantes desse trabalho (ela analisa o caso das enfermeiras e cuidadoras nos quais os contratantes são as famílias dos pacientes). Quanto mais afeto é possível ver na atividade, mais valiosa ela se torna e, paradoxalmente, menos ela se parece com um trabalho feito em troca de remuneração. Assim, o afeto é um elemento ambíguo, pois, ao mesmo tempo que torna a atividade mais suportável tanto para a trabalhadora quanto para o cliente, descaracteriza seu valor de trabalho. A autora questiona, então, se o afeto é um prerrequisito para o trabalho de *care* ou uma conseqüência da relação travada com o cliente. Vemos aqui a dificuldade da definição do *care*: um trabalho de cuidar, ou um "cuidar" no trabalho?

O debate é extenso e importante em diversos aspectos, já que a demanda por ele aumenta com o crescimento da população muito idosa, e com a transformação em serviço de atividades antes realizadas como trabalho não remunerado, na esfera privada doméstica (Hochschild 2001) .

De volta ao serviço de manicure, vimos nas citações anteriores que as manicuras tem uma relação de carinho e cuidado com suas clientes, que percebem ser correspondidas. Não foram poucos os exemplos de carinho e de cuidado entre manicuras e clientes.

Todas as manicuras entrevistadas assinalaram a afinidade com a cliente como um dos fatores mais importantes para ter um bom ambiente de trabalho. Quando existe, a manicura pode comportar-se naturalmente, e isso será agradável para ambas. Se as clientes podem ser frutos de constrangimentos, como vimos nas falas das manicuras Carolina, Nice e Flora, elas são, na verdade quem dá sentido ao trabalho das manicuras.

Mônica considera suas clientes como parentes, gosta de cuidar delas e também se sente cuidada. Passa a maior parte do dia no pequeno salão do qual é dona e quase não tem dia de folga. Vê suas clientes como uma família. É com elas que passa a maior parte do tempo de sua vida: em seus 41 anos de profissão, ela tem clientes fiéis há mais de trinta anos; com algumas, a relação de amizade ultrapassou a relação comercial de serviço:

> *Eu acho que são mais amigas tal, é minha família né. É outra família isso eu posso ter certeza. (…) Neste local que eu estou agora, há oito anos, tem muita cliente nova, mas eu acredito que muitas delas também fazem parte, estão começando a entrar no mesmo ritmo. (…) Tenho clientes [com] quem eu saio, tenho cliente que a gente vai dançar, vai passear... Frequento, vou em festa, convidam para casamento, me convidam para aniversários...*

Além disso, Mônica tem de fato famílias de clientes. Como ocorre com algumas famílias que têm um médico que acompanha a saúde de mais de uma geração, em seus 41 anos de profissão, Mônica tem três gerações de clientes de uma mesma família.

> *A Melina, eu conheci a mãe da Melina, ela tinha três anos... Não, tenho clientes mais velhas... Há trinta e poucos... a prima da Melina por exemplo... Ah, agora você me pegou mas... porque já faleceu ...muitas clientes minhas né... Mas eu tenho uma geração de ...mais velhas acho que tem uns trinta e poucos anos porque, vai, tipo mãe delas já faleceu e eu to na filha, aí tem a neta, a bisneta... quatro gerações assim com certeza. Tem várias famílias.*

Perguntada sobre por que tem clientes fiéis há tantos anos, Mônica acredita que isso se deve não somente ao bom resultado do seu serviço e ao fato do seu salão receber clientes das redondezas, mas pela forma como as trata e como busca manter seu relacionamento com elas. Há um trabalho de não se deixar ser esquecida. Perguntei se ocorrem faltas entre suas clientes que têm horário fixo, e como ela se sente:

> *Mônica: Não fico triste, mas tem umas que eu fico preocupada, que sabe que tá doente… Nossa, aquela cliente vem de sexta às quatro. Ela não ligou; aí eu procuro saber o que que aconteceu porque ela não falha, não é normal, não é dela... Então não tem cliente irresponsável, que marca e não vai. Não. Se não vem é porque aconteceu alguma coisa, desmarca, troca. E eu to sempre servindo. Se não pode vir às cinco, não pode vir às sete, eu fico procurando um horário. Encaixo uma, aperto a outra, atraso uma atraso a outra... Não dá, tem seis da manhã, tem domingo, tem segunda. Hoje fui atender uma cliente que eu não consegui, ela chegou de viagem quinta feira, eu não consegui horário fim de semana e hoje de manhã ela tem loja, precisava tá com as unhas e o cabelo arrumados... Ontem eu trabalhei também até tarde, não deu. Todo domingo trabalho. É raro o domingo que eu não trabalho...*

Para a manicura Patrícia, pode haver amizade entre cliente e manicura, mas não é a amizade a responsável pela fidelidade da cliente aos seus serviços. Ela ilustra seu ponto com uma história:

> *Tem a Gisele. (...) Um dia eu dei uma mancadinha com ela e acredito que não tenha gostado muito e nos afastamos um pouquinho. A unha... a amizade não. A unha agora ela faz em Taboão, mas também não questionei muito. Mas ela*

> *falou "Patrícia, preciso te ver. Precisamos colocar o papo em dia" porque a gente gosta muito de tomar uma e fumar um cigarro, contar as novidades... (...) mas ela foi uma amizade que veio pelo trabalho, pela indicação e depois virou amiga.*

O manicuro Claudio ressalta que, com o passar do tempo, o relacionamento com algumas clientes se transforma em amizade, adquirindo sentidos que vão além do serviço prestado, que fazem o cotidiano de uma comunidade:

> *Tem dias assim que você não está muito legal e elas trazem alegria, vêm, fazem uma brincadeira e levantam o seu astral. Nós temos clientes que cuidam da gente também, que vão no salão levam um bolo "ai eu fiz lá em casa ó, eu trouxe para você". Então existe uma recíproca, um carinho muito grande também, entendeu? Eu acredito que quando você recebe isso, é porque você também transmite isso, você também passou isso para o cliente, não é? Então, na verdade, nós não temos só clientes; nós temos pessoas muito queridas, pessoas que amamos, pessoas que respeitamos em primeiro lugar, pessoas que admiramos também com seus defeitos e qualidades... (manicuro Claudio)*

Atender também pode ser uma diversão. Assim é para Patrícia, quando vai atender clientes próximas à represa Guarapiranga, um lugar muito distante de sua casa, onde ela se demora um dia inteiro. Vai no domingo, seu único dia de folga do outro emprego que tem (copeira):

> *Quando eu vou para o Guarapiranga, lá é gostoso, aí eu faço uns seis "pé e mão", depois o pessoal me traz também. Só vou se tiver alguém pra me trazer. Falei para o pessoal que ir não tem problema, que o pessoal pode ficar até tarde, mas que me leve depois. Ai canto, me divirto, tomo um café, eu fumo, vou almoçar, durmo com as meninas, estou com minhas amigas mesmo. (manicura Patrícia)*

Por tudo isso é que as manicuras ressaltam que deve haver uma "química" entre cliente e manicura, uma afinidade entre modos de ser, de comportar-se, de valores.

> *"Minhas clientes são muito legais. Acho que cliente é parecido com você. Não tem uma cliente nojenta. Cliente é como química. Eu vejo o cliente como um namorado. Primeiro você tem aquela coisa de um desconfiar do outro, daqui a pouco gruda. Ela vira sua cliente, conta coisas íntimas e pessoais. (Manicura Jéssica.)*

Lin, manicura chinesa, proprietária entrevistada em Montréal[120], conta que a oportunidade de interagir com as pessoas foi o que a fez sair do trabalho na fábrica para tornar-se manicura. A relação com o cliente é fundamental para seu bem-estar ou para a falta dele. Lin comenta que ia chorar no banheiro quando um cliente não gostava do seu trabalho. Depois que se tornou proprietária, decidiu que nunca mais atenderia alguém que não gostasse do seu trabalho pois isso seria o mesmo que não gostar dela.

Clientes boas dão sentido e dão prazer ao trabalho. Nas palavras de Priscila, uma cliente boa pode ser apreciada:

> *Tantas coisas que você pode apreciar num bom cliente. A educação do cliente. Como ele te trata. A simplicidade como ele te trata. A educação quando você é recebido na casa dele. O fato dele deixar você fazer o teu trabalho. Ele respeita o teu trabalho. Deixa você desenvolver o teu trabalho. Não fica falando para você como é que você tem de fazer. Entendeu? Porque é assim: se você está fazendo aquilo ali é porque você sabe fazer. E o que eu admiro muito nas minhas clientes é a forma como elas me recebem. Me recebem com educação. Me recebem com carinho. Isso para mim é um cliente bom. (manicura Priscila)*

As manicuras entrevistadas, empregadas em salões de beleza, não se consideraram amigas de suas clientes, pois estas não são pessoas que encontram em outros momentos de suas vidas, fora do salão. Por outro lado, foram claras em dizer que

---

[120] A entrevista realizada em inglês, por telefone, por escolha da manicura, sem registro em áudio. Agradeço a Yvi Kervin, estudante de graduação da Escola de Gestão da UQAM, de origem vietinamita por acompanhar-me. Por dois dias Yvi Kervin e eu percorremos Montréal em busca de salões de proprietários e trabalhadores de origem vietnamita. Quando encontrávamos, Kervin apresentava-me para os proprietários dos salões de beleza, explicando a pesquisa e pedindo permissão para a realização das entrevistas com as trabalhadoras. Foram cinco salões abordados e dois aceitaram participar da pesquisa.

gostam de determinadas clientes e sentem carinho por elas. Muitas vezes encontram na cliente uma fonte de bem-estar e até mesmo um refúgio das pressões do trabalho. Este é o caso de Nice, que não gostava da dona do salão em que trabalhava, embora admirasse a sua competência como cabeleireira. Ela suportava o ambiente do salão "porque convivia muito mais com as clientes do que com a dona, porque a dona era pra pagar, fazer o que ela mandava porque era a dona…"; era com as clientes que Nice passava o tempo, e com elas o dia passava rápido.

Eliana, que trabalha em um salão muito cheio todo o tempo, onde sempre há fila de espera, tenta relacionar-se bem com suas clientes.

> *Eu tento sempre alegrar onde eu estou, dou bom dia, brinco. Com o cliente, no princípio você tem de conquistar, alguém que você nunca viu na vida é difícil, e se não voltar não vai afetar sua vida em nada. Um dia está, outro não. Eu penso mais nas poucas que vêm sempre do que em muitas que vêm e não voltam. Eu tenho uma cliente que lembra de mim no final do ano, no meu aniversário, está comigo há um ano e meio já. (manicura Eliana)*

Andréia, que trabalha em casa, também destacou o fato de suas clientes serem pessoas amigas e que por isso fazia questão de sempre ter "um bolinho e um capuccino" para recebê-las, para que se sentissem "em casa", queridas. Outra manicure que entrevistamos e destacou o mesmo ponto foi Rosa, que, assim como Andréia, atendia clientes em casa e exercia o trabalho de manicure para cobrir gastos pessoais supérfulos, e não para sobreviver.

Chama a atenção o fato de que estes exemplos sejam mais abundantes no trabalho em domicílio do que no trabalho no salão. A partir dessas declarações, parece-me haver uma ética de cuidado com as clientes, que se fortalece com a construção do relacionamento. Porém, menos que uma parte do serviço, esse "cuidar" apareceu como uma consequência das boas interações com as clientes, ao ponto de a manicura Mônica atender uma cliente em um domingo de manhã, cobrando o mesmo valor dos horários normais. Também chama atenção o exemplo de Priscila, que relata ter mantido a amizade com uma mulher que não é mais sua cliente, assim como Andréia, que prepara

sua sala de estar para receber suas clientes, que são também suas amigas. Qual a lógica comercial ou de consumo em atender alguém em um domingo de manhã ou em gastar horas para atravessar a cidade para ver uma manicura que faz unhas tão bem quanto outra, que estaria mais próxima? As manicuras e clientes que assim o fazem, não são consumidoras pouco espertas perdendo tempo e dinheiro, mas pessoas que se relacionam. O que essas mulheres praticam quase toda semana não é só embelezamento, ou um exercício de vaidade. É também o exercício da sociabilidade, da solidariedade, da troca de afetos, de palavras, de mundos. Fazer unhas, assim, é troca corporal, afetiva, com um resultado estético e de bem-estar psicológico e social. A lógica do *care* como uma relação mútua de cuidado, que pode ou não ocorrer entre manicura e cliente não combina com a frase que diz que “o cliente sempre tem razão”.

Diante de um quadro que parece escapar à grade de ferro da racionalidade capitalista, cabe indagar: será que o grau de intimidade, confiança, de cuidado, que pode haver nessa relação é suficiente para sobrepor-se às diferenças de classe social? No salão de beleza, em que a cliente detém o comando da situação, onde há um contrato de trabalho que influencia diretamente a *performance* da manicura, é limitado o espaço de atuação das subjetividades que ali se tocam. A grade de ferro está armada e fechada.

Mas algumas manicuras citaram mudanças de salão, de endereço, mas sem mudança de clientes. O relacionamento de serviço entre manicura e cliente não é dissolvido facilmente. Mesmo em um salão, a relação principal da cliente é frequentemente com a manicura. O ambiente do salão não é superior à relação existente entre ambas. Mas isto não significa que a relação entre cliente e manicura seja mais importante do que o serviço. Se na relação com a cliente quase não há conflito, é porque ela se finda antes de se tornar desarmoniosa. Para profissionais e clientes, quando as unhas não estão bonitas, é tempo de buscar outra manicura. Raramente há segunda chance.

Nesta pesquisa está demonstrado que as manicuras realizam trabalho emocional em diversas formas e graus. Diante disso, cabe indagar nesse momento sobre as consequências da realização intensa desse tipo de trabalho.

Para Hochschild, as atuações do(a) trabalhador(a) sobre suas emoções não são necessariamente danosas. Na verdade, tanto a atuação profunda como a atuação em superfície são gerenciamentos usados cotidiana e deliberadamente pelos indivíduos. No entanto, quando o trabalho emocional envolve personalizar relações impessoais pode ter custos para o trabalhador: pode incluir dissonância emocional, confusão sobre autenticidade emocional, levar a um esgotamento profissional e até mesmo à incapacidade de desligamento do trabalho emocional. “Os trabalhadores podem experimentar alienação de uma parte íntima e profunda deles mesmos que a gerência quer controlar” (Hochschild, 2003).

Com efeito, as manicuras que possuíam o controle da sua agenda de trabalho, isto é, podiam marcar clientes na hora em que quisessem, queixaram-se menos de ter de atender clientes desagradáveis, que exigem certa dose de atuação sobre as emoções. A manicuras que possuíam o controle dos próprios horarios de trabalho tentavam privilegiar a marcação de horários com clientes de quem gostavam, com as quais passavam momentos agradáveis. Isso reduzia o esforço de gerenciamento emocional.

Como vimos, as trocas de cuidados entre manicura e cliente eram mais presentes nas situações de trabalho em domicílio, no qual a manicura tem mais controle do seu processo de trabalho. Isso pode ser uma confirmação das tendências apontadas por Hochschild. Por outro lado, pode ser também – e é isso que gostaria de enfatizar – o resultado de um trabalho guiado pela lógica do *care*, no qual o seu sentido não reside apenas em transformar atividade em dinheiro, mas também em levar o bem-estar ao outro e a si mesmo. O *care* seria parte do valor de uso dessa atividade de trabalho, mas de uma forma reflexiva, pois ele incide também no bem-estar da manicura, que recebe em retorno o reconhecimento, a gratidão e atitudes de cuidados de suas clientes. Com isso, forja-se uma relação entre manicura e cliente, na qual há um tipo de vínculo não tão fácil de ser dissolvido pelas distâncias sócio-espaciais da metropole paulistana.

Neste capítulo não analisei todas as condições que influenciam a *performance* da manicura durante seu trabalho. Para isso, seria necessário observar o ambiente físico do salão, que tipos de confortos ou desconfortos ele proporciona a quem trabalha e a quem

consome o serviço, quais riscos ambientais (químicos, biológicos) poderia apresentar. A análise dos fatores que condicionam a atuação da manicura é ampla, e neste caso, o aspecto interacional é apenas um deles. Explicar por que a manicura trabalha dessa forma inclui outros elementos, como, por exemplo, suas condições de emprego e fatores apontados por elas mesmas em suas falas do capítulo anterior.

5. FAZENDO A VIDA FAZENDO UNHA

> *Eu gosto de fazer, até faço direitinho, me dedico porque sou perfeccionista, mas não é um trabalho que dá prazer plenamente. Deve ser muito difícil encontrar um emprego ideal. Acho que se eu tivesse tempo e dinheiro, faria psicologia. Pelo que minhas clientes falam, até que eu faço bem psicologia com elas (risos). As clientes chegam chorando. De verdade, choram". (Manicura Jéssica.)*

> *Ganhei meu primeiro alicate com 9 anos, arranquei muita unha, bife. Só tinha um. Minha mãe que me deu. Com 11 anos eu comecei a pegar o jeitinho. Com o tempo eu ia fazendo unha e juntando um dinheirinho. Com 12-13 anos eu fui ajudar minha tia que veio para São Paulo e abriu um salão. (Manicura Eliana)*

Nos capítulos anteriores procurei descrever o que está em jogo na interação entre manicura e cliente (a face da atividade desse trabalho) e quais as regras que se impõem ao jogo (a face do "emprego"). Neste último capítulo pergunto porque "fazer unhas" tournou-se o trabalho dessas mulheres.

O estudo do trabalho das manicuras serve para conhecer um pouco mais do trabalho atual no feminino. Quando Elizabeth Souza-Lobo avisou em letras garrafais que a classe operária tinha dois sexos ela não falava somente da linha de montagem, mas de todo o trabalho, ressaltando, mais profundamente, a necessidade de se relacionar a variável gênero às análises do trabalho.[121]. O serviço de manicure não é feminino

[121] "Como conceito pertinente para pensar as relações no trabalho, que são um aspecto das relações sociais entre homens e mulheres, a divisão sexual do trabalho não esgota a problemática dessas relações, na medida em que elas comportam construções culturais e históricas interdependentes e complementares. As relações entre homens e mulheres são vividas e pensadas enquanto relações entre o que é definido como masculino e feminino – os gêneros." (Souza-Lobo, 2011, p.202). "O que ocorre é que trabalhamos ainda, especialmente na sociologia do trabalho brasileira, com conceitos fundados em relações estruturais, onde as represemtaçoes simbólicas , as liguagens são neutras: tanto as linguagens de classe como as de trabalho. Mas se chegarmos a conceituar as linguagens do trabalho, talvez o gênero por definição tenha finalmente um lugar na sociologia daquilo que virá a ser o trabalho na sociedade brasileira" (idem, p.204).

apenas no seu produto - a manutenção da beleza tão desejada e cobrada às mulheres. Tem sido feminino também na forma do seu emprego, cristalizando as tendências gerais observadas sobre o mercado da força de trabalho feminina no Brasil (Bruschini et al, 2005; Oliveira, 2012). Na face da sua atividade, examinamos a interação que o compõe. Aqui ele também é um trabalho feminino, mas é preciso dizer que não é "essencialmente feminino". Como espero haver demonstrado, a interação social que o compõe está baseada num encontro entre subjetividades – femininas ou não – e na organização do trabalho que cerca este encontro e não em características culturais e simbólicas típicas de uma dada construção social do gênero feminino.

Em diversos textos de sua obra, Goffman (2011) faz menção a uma ritualização social, "isto é, [à] estandardização do comportamento corporal e vocal através da socialização, o que permite a tal comportamento – a tal gesto, se quiserem – uma função comunicacional especializada no decurso do comportamento geral" (Goffman, 2011[1967], p.198). Em *Gender in Advertisements* Goffman utiliza fotos publicitárias para identificar a ritualização dos gestos e da presença feminina na publicidade americana. Apesar de, fatalmente, mostrar os estereótipos usados pelos publicitários, o que Goffman buscava naquela análise era apontar padrões dominantes de *modelos* de comportamentos, isto é, de roteiros que estão pautados também para as cenas da vida real. Assim, a partir de um conjunto de fotos, o autor descreve - com uma boa dose de intuição, é verdade – o que faz a foto publicitária ser inteligível para nós, a parte dela que reconhecemos como real, mesmo com a camada de estereótipo presente.

Quando se comparam as fotos que acompanham as notícias sobre a profissão de manicura/pedicura com outras sobre a profissão de podóloga e podiatra, verifica-se que, apesar das três profissionais terem os pés da cliente como alvo, e todas necessitarem ter uma visão detalhada deles, a postura corporal da manicura deixa-a mais abaixo da cliente, e isto não é colocado em questão por nenhum dos textos jornalísticos. É como se esse dado fosse "natural".

As três fotos abaixo são exemplos dos tipos mais encontrados para cada uma dessas três profissões. A foto abaixo é de uma podóloga, cuja atividade de trabalho se dirige aos pés do cliente, publicada no *site* do jornal Correio Brasiliense, em 3 de

fevereiro de 2014, para ilustrar a notícia: “A vez dos podólogos”, que fala sobre a profissão como boa oportunidade de emprego.

Figura 4: podóloga

A foto não mostra o corpo da cliente, apenas os seus pés. A profissional é o destaque. Ela usa um uniforme branco de uma franquia de clínicas especializadas em produtos e serviços para os pés. Também usa luvas, touca e máscara. De maneira técnica e precisa, apenas os dedos dos pés da cliente são tocados, embora sua mão esquerda use o peito do pé para se afirmar. Uma luminária ilumina o pé que está sendo trabalhado e, ao lado de sua cadeira branca, há uma mesa, também branca, com instrumentos e aparelhos de trabalho. A profissional está com a coluna ereta e olha diretamente para a câmera.

A atividade de trabalho de podiatra, especialidade da enfermagem para o tratamento de pés que necessitam de cuidados especiais (feridas, calos, pés de diabéticos, ulcerações), é representada pela seguinte foto no *site* da Clínica Intergrada de Prevenção e Tratamento dos Pés:

Figura 5: podiatra

Muito parecida com a foto do trabalho da podóloga, aqui também não se vê a face da cliente. A profissional aparece com uniforme, touca e luvas. A cliente está deitada em uma cadeira apropriada, que deixa seus pés de fora, porém ainda apoiados no assento, ao alcance das mãos da podiatra, que tocam apenas os dedos do pé da cliente. Há uma luminária individual que focaliza o pé que está sendo trabalhado. Ao lado, uma mesa mostra dispostos instrumentos e produtos.

As figuras a seguir, mostram o trabalho da manicura:

Figura 6: manicura e pedicura

Figura 7: manicura

A primeira foto foi publicada no portal da *internet* do jornal Bem Paraná para ilustrar a notícia “Manicures estão em falta em Curitiba”, de 13 de agosto de 2013. Nela vemos a cliente em uma poltrona e duas manicuras trabalhando em suas mãos e pés. Nessa foto, a cliente aparece de de corpo inteiro, ao passo que nenhuma das manicuras está completamente presente na imagem. Ambas têm o olhar focado para as unhas, com grande inclinação do pescoço e cabeça. A cliente também olha para as suas mãos, acompanhando os gestos da manicura. Nos pés, outra manicura – ou pedicura se quisermos – trabalha ao mesmo tempo, também com o pescoço e a cabeça bastante curvados para baixo. Os pés da cliente ficam apoiados nos seus joelhos. Não há uma mesa ou outro apoio entre as três mulheres, criando alguma mínima barreira ao toque corporal. O trabalho também não ocorre em uma sala reservada, mas ao lado de outras clientes. A cadeira da cliente é muito maior que a cadeira das trabalhadoras, e é o corpo da manicura que busca aproximar-se do da cliente. Os elementos descritos acima são comuns em quase todas as observações da execução do serviço em São Paulo. Há ainda aqui alguns elementos que começo a ver com mais mais frequência a partir de 2013, como as luvas e o uniforme branco.

A segunda foto foi publicada pelo jornal Agência de Notícias do Acre na notícia “Uma manicure de sucesso em Feijó”, de 12 de fevereiro de 2014. O texto divulga o trabalho de Iris, que se transformou numa manicura muito requisitada para serviços em domicílio, na cidade de Feijó, no Acre. Ela aprendeu a profissão em um curso na Secretaria de Pequenos Negócios, do govero estadual. A reportagem informa que antes mesmo de finalizar o curso, Iris já tinha clientes e já ganhava dinheiro para o seu sustento, sendo, por isso, considerada bem-sucedida. Na foto, vemos que o serviço é prestado na casa da cliente, que repousa numa cadeira, com uma das pernas esticadas, apoiando o pé no joelho da manicura. Esta está sentada num banco mais baixo, de plástico, e usa uma de suas pernas para apoiar o pé da cliente. Suas mãos abraçam o pé que está sendo trabalhado e o mantém próximo de seus seios. Para ver os detalhes dos pés, ela tem a cabeça bastante curvada para baixo. Ambas as mulheres estão de pés descalços. A manicura não veste uniforme, não usa luva, máscaras ou touca. Há uma bacia de água, que certamente serve para mergulhar os pés da cliente, para amolecer as cutículas – prática que não é indicada pela ANVISA, devido ao risco de contaminações.

É inegável que a grande diferença das condições de trabalho mostrada nas imagens esteja ligada aos objetivos e à formação de cada profissional. Enquanto a podiatra é uma enfermeira com pós-graduação e a podóloga tem curso técnico especializado, a manicura pode trabalhar sem finalizar o seu curso. Entretanto, as condições de trabalho não são um assunto em causa em nenhuma das reportagens mencionadas. O que chama a atenção é descobrir que a foto da atividade de trabalho da manicura é parecida com o que observei em salões luxuosos de São Paulo. Mesmo nestes, e até em um salão especializado em serviços de manicure, as manicuras ficam sentadas nessas pequenas cadeiras com rodinhas, curvadas, ao lado ou abaixo dos pés da cliente, que ficam apoiados sobre seus joelhos. Assim como a podóloga e a podiatra, a pedicura também realiza movimentos minuciosos com instrumento pérfuro-cortante, mas, segundo essa foto e outras demonstram, é “natural” que ela atenda clientes em qualquer lugar do salão ou da casa.

Essa naturalização de uma postura física subalterna pode também estar relacionada à irrelevância atribuída ao objetivo do trabalho da manicura. As unhas, mais

ainda que os cabelos, seriam uma parte “acessória” do corpo, como exposto num depoimento colhido por Bouzón:

> *A academia de ginástica é mais relacionada ao corpo, músculo, gordura, peso. Está mais preocupada com o interior, com o corpo mesmo, a máquina. Já salão não, é mais com coisas exteriores, como cabelo, unha, depilação. Coisas acessórias. (Nazaré, estatística, em Bouzón, 2010, p. 262).*

Qual o valor de tanto trabalho e atenção sobre uma parte “acessória”, que se corta e se joga no lixo? Os profissionais que trabalham sobre as unhas (não só manicuras, mas também podólogos e dermatologistas) respondem que, certamente, as unhas e o trabalho que incide sobre elas devem ser valorizados. A unha é uma parte do corpo que demonstra o estado da saúde e tem uma função no corpo, qual seja, de dar firmezanos movimentos dos dedos.

Durante o curso para manicure que fiz, a professora ensinou, com muita ênfase, que a unha é uma parte viva do corpo. Porém, não raro, é possível encontrar depoimentos de dermatologistas, em revistas e programas de televisão, dizendo que a unha é camada morta da pele. Instalada a polêmica, a professora explicou: a lâmina ungueal, parte da unha que cobre o dedo, está viva sim. Tanto, que se a sua saúde não estiver boa, ela é capaz de revelar isso, por meio de manchas brancas, ondulações, asperezas. O que está morto e pode ser cortado fora é a lâmina ungueal que se estendeu para além do dedo.

A discussão é importante porque o próprio *status* da manicura como profissional está atrelado às unhas e o fato delas estarem “vivas” ou “mortas”. Se as unhas são parte viva do corpo e vitrine do estado de saúde, não é tão acessório e insignificante o trabalho nelas realizado. Entretanto, mesmo sendo matéria viva, as unhas crescem rapidamente e é fácil quebra-las ou arranhá-las. O trabalho da manicura não dura muito tempo, não é decisivo.

Hughes (1994) chama a atenção para a dimensão do erro e do risco no trabalho. Para ele, pagamos para que alguém se arrisque por nós. Quanto maior o risco, mais

valorizado será o serviço. Isso explica também a diferença de valor entre o trabalho da manicura e o do cabeleireiro. A manicura pode ver seu erro consertado em uma semana, se cortou demais uma unha, mas dois centímetros de cabelos cortados de modo errado podem ser bastante perceptíveis, e levar mais de um mês para crescer[122]. A duração do efeito do trabalho também é outro fator. Unhas manicuradas duram em média uma semana, com frequência menos, já que as cutículas começam a nascer e o esmalte a se deteriorar. Um corte de cabelo pode durar pelo menos um mês, ou um ano, dependendo da exigência estética do/a cliente.

O resultado do serviço de uma manicura é pouco duradouro, como já assinalamos. Apesar de ser pouco valorizado, esse fato pode ter uma boa consequência para a manicura: a de construir uma clientela frequente, tendo mais chances de conquistar sua confiança e fidelidade:

> *Outra manicure, do salão de Botafogo, inverte tal hierarquia colocando a questão da confiança e da lealdade como definidoras do processo de valorização: A maior estrela do salão é a manicure. Porque é atrás dela que os clientes vêm ao salão. São elas que colocam cliente sentada na cadeira do cabeleireiro. 'O cliente pega mais confiança com a gente. (...) Os cabeleireiros se sentem superiores, os cursos são superiores e eles tratam as manicures como se fossem as faxineiras do salão'. (Vilma, manicura, em Bouzón, 2010, p.110).*

Se estiver grande, a parte da lâmina ungueal que sobra para fora do dedo pode assemelhar-se a uma garra. Hoje, raramente alguém usa as unhas com essa função (a não ser músicos que tocam instrumentos de corda). Em geral, as unhas servem de adorno natural. Quando mal cuidadas, causam dor (caso das unhas encravadas e das cutículas muito afundadas). Diante do crescente número de profissionais, serviços e produtos destinados às unhas, vemos que a atenção e os cuidados com as unhas tendem

[122] Vale dizer que o risco levado em conta é aquele que é percebido, e não o que existe de fato. Como exposto no primeiro capítulo, o trabalho de manicurar envolve diversos riscos graves à saúde.

a continuar aumentando. No entanto, o *status* conseguido pelo esmalte, entre os cosméticos, ainda demora para atingir também a manicura.

Cursos: uma via de reconhecimento profissional?

No segundo semestre de 2011 passei a buscar cursos de manicure em São Paulo, a partir de *sites* apontados pelo Google, usando como descritor "curso de manicure em São Paulo". Meu objetivo era procurar o curso como se eu fosse parte do seu maior público alvo, segundo as propagandas deles mesmos: uma mulher jovem, de baixa renda, em busca de uma entrada no mercado de trabalho. O mais barato encontrado foi um curso à distância; o mais caro foi o do Instituto Embeleze, que, pelo telefone, me perguntou quanto eu poderia pagar por mês. Sinalizei uma quantia de 100 reais, e eles ofereceram uma mensalidade de 150 reais pagas por seis meses[123]. Insisti que 150 reais ainda era um valor muito alto por mês para quem estava sem emprego, mas não consegui desconto maior: o argumento era o de que já no meio do curso eu poderia pagá-lo com o meu trabalho de manicura – argumento que me fez pensar (e perguntar) no motivo pelo qual, nesse caso, uma aluna faria o curso até o fim. A resposta foi o valor do diploma no mercado de trabalho: ao telefone, o atendente argumentou que o diploma do Instituto Embeleze facilitaria minha contratação por grandes salões.

Decidi fazer a matrícula em um curso citado e elogiado pelas entrevistadas, que tinha preço mediano, de um renomado instituto de cursos profissionalizantes, numa das suas unidades mais frequentadas na Zona Leste de São Paulo. Com o custo de 444 reais, que podia ser pago em quatro parcelas iguais, o curso oferecia carga horária de 69 horas, às terças e quintas-feiras de manhã, durante dois meses e meio.

Decidi também não revelar minha identidade de aluna de doutorado. Entre as alunas presentes nesse curso, somente duas tinham curso completo de graduação, e todas procuravam emprego. Para não ser fonte de curiosidade e de embaraço para as

[123] Preços de agosto de 2011.

alunas e para a professora, eu disse que era recém-formada e que procurava emprego em salões, já que "na minha área estava difícil"[124].

Encontrei a professora Selma, uma senhora de aparentemente 50 anos, muito divertida, que já parecia ter intimidade com as alunas. No primeiro dia de aula foi entregue uma apostila elaborada pela própria instituição, e uma lista do material a ser comprado, que só seria usado dali a duas semanas. Selma já havia contado para a classe como se havia tornado manicure, mesmo depois de ter conseguido formação e emprego noutra área; de como se orgulhava de estar há quinze anos na profissão e de ter o seu próprio espaço, onde oferecia uma variedade de serviços relacionados às mãos e às unhas.

As primeiras duas semanas de curso não foram de aulas práticas, mas de muita conversa sobre o que é "ser manicure": a importância da profissão, de como ali seriam formadas profissionais de ponta, muito melhores do que a manicura que aprendeu a fazer as unhas sozinha, em casa. Esse ponto foi muito reforçado pela professora: a importância de acompanhar um curso específico e não ser apenas mais uma manicura que não sabe comportar-se adequadamente com uma cliente. Selma ensinava isso de maneira bem humorada, fazendo piadas com trejeitos de manicura vulgar, produzindo uma caricatura. Em vez de combater o estereótipo da manicura burra e fútil, ela o reforçava para diferenciar-se dele e mostrar que naquele curso todas seriam muito diferentes disso.

Quando ouvi as piadas sobre as profissionais que podem ser chamadas de "artesãs", ou seja, que não têm qualificação diplomada, pensei que era desvalorização excessiva de um saber aprovado por muitas clientes. Lembrei-me de entrevistas realizadas com manicuras autodidatas que se orgulhavam de ter agenda lotada e tinham

[124] Por não ter revelado minha identidade profissional, não citarei aqui nenhum nome verdadeiro de nenhuma das pessoas que conheci no curso, e nem a instituição na qual ele foi realizado. Esse procedimento foi mantido para não causar um evento fora do habitual, que pudesse abalar o conteúdo daquilo que eu queria observar. Além disso, e principalmente, mantive meu disfarce porque não havia possibilidade de causar danos de nenhuma ordem a nenhuma das pessoas que conheci nessa etapa da pesquisa; utilizada somente para esta tese.

clientes fiéis por muito mais que 15 anos. Porém, o discurso sobre a importância do curso soava mais necessário quando Selma falava dos cuidados de higiene e saúde. De fato, nenhuma manicura que entrevistei relatou fazer todos os procedimentos indicados por ela, e muitas usavam técnicas que, depois desse curso, aprendi serem praticamente ineficazes.[125]

Éramos uma classe de vinte alunas na primeira semana de aula, com uma desistência na semana seguinte. Eu era uma das mais novas, ao lado de outras duas moças de menos de 25 anos. As outras mulheres pareciam ter entre 35 e 50 anos. Algumas já tinham nível superior. Selma pediu para lermos em grupo um artigo jornalístico. Seguindo a linha do artigo do jornal, foi ressaltado o que a professora queria: a importância de a manicura estar "antenada nas tendências da moda".

Na discussão desse texto com a classe, a professora aproveitou mais uma vez para enaltecer a profissão, apresentando a manicura como uma profissional moderna, que tem técnica própria e, também, um saber exclusivo. Disse que "Manicure é uma profissão como qualquer outra", demonstrando como era ainda necessário afirmá-la como profissão. Além disso, trata-se de profissão em alta: "Antigamente não se ouvia falar tanto em unha. Hoje, a manicura tem de estar atualizada para não perder a cliente". E completou: "O mundo está moderno. Tudo muda e a manicura tem de acompanhar. Se existe curso para ser médico, por que manicure também não tem o seu?"

A manicura deve ser uma profissional moderna e empreendedora. O modelo de Selma não era aquela empregada de salão, que assim permanece a vida toda, mas a manicura associada ou dona do seu "espaço". Ela dedicou tempo da aula para dizer como tratar a cliente e falar da atenção personalizada que faria a diferença no serviço. Afinal, "A cliente é de onde você tira o seu sustento". O empreendedorismo, o mesmo dissecado por Ehrenberg (1999 [1995]) e Boltanski (2009 [1999]), inspira o discurso

[125] Isso não significa que seja sempre mais seguro fazer unhas com manicuras diplomadas, que também podem errar o procedimento de desinfecção se não tiverem a prática. A situação mais segura, indicada pela maior parte das manicuras entrevistadas, é cada cliente ter seu próprio *kit* de alicates, espátula e lixa. No entanto, Fernanda Franco, do Sindimani, assinala que pode haver risco de o equipamento da cliente estar infectado e contaminar a trabalhadora.

adotado pela professora. Selma deixou muito claro que a manicura tem de estar voltada para descobrir novidades, oferecer novos serviços e melhorar os que já existem. Um salão não é como uma grande empresa, que pode oferecer um plano de carreira. Um profissional que almeja aumentar seus ganhos deve ter o seu próprio salão, e ser empresário de si mesmo.

Naquele mesmo dia fui à loja indicada pela professora para comprar o material da lista. Com as alterações que ela havia feito, eu deveria comprar o seguinte:

- *Acetona ou removedor de esmalte;*
- *"pump" para acetona (recipiente)*
- *Skala creme corporal*
- *Luvas descartáveis*
- *Botas descartáveis*
- *Base para unhas (fortalecedora ou cetim)*
- *Creme hidratante para pés e mãos (Dote)*
- *Esmaltes cintilantes várias cores*
- *Esmalte cremoso várias cores*
- *Lixa para unhas (descartáveis)*
- *Lixa para os pés (descartáveis)*
- *Lixa d'água para polir*
- *Luvas de látex e silicone IPI*
- *Papel alumínio para esterilização*
- *Água oxigenada vol. 10*
- *Hemostático líquido Lapsan*
- *Sabonete líquido*
- *"Dilui" – recuperador de esmaltes*
- *1 pacote de saquinhos para autoclave*
- *1 esponja Scotch-Brite*
- *2 alicates de cutículas cabo longo chanfrado*
- *1 alicate para cortar unhas Mundial Aço Inox*
- *2 raspadores de empurrar cutículas (direito ou esquerdo)*
- *2 palitos de inox ou laranjeira (ponta fina)*

- *1 borrifador pequeno*
- *1 spray*
- *1 vidro "pump" para emoliente*
- *2 toalhas de rosto (para os pés)*
- *2 toalhas de rosto para as mãos)*
- *1 escova macia para unha*
- *1 cureta aço inox.*
- *1 pincel nº 000 ponta laranja para unhas artísticas.*

Não comprei a lista inteira, mas somente o que era extremamente necessário para as aulas seguintes. Gastei 162 reais[126]. Alunas que compraram a lista inteira gastaram mais de 250 reais, mas tinham material para trabalhar algum tempo depois do curso. Ainda assim, quando começassem a atender, teriam gastos de reposição de material, que seria menor ou maior dependendo da quantidade de clientes.

As primeiras aulas do curso foram praticamente para ensinar qual deve ser a postura profissional da manicura. Elas tiveram o objetivo claro de melhorar o *status* social da profissional e afastá-la dos estigmas da futilidade e da falta de qualificação. Isso indica algo que eu já havia percebido em alguns salões de beleza e nas reações das pessoas ao conhecerem meu objeto de estudo: o lugar social da manicura está próximo do lugar social atribuído ao seu trabalho, entre o fútil e o luxuoso, o belo e o bobo.

Seguiram-se mais duas semanas de aulas expositivas. Aprendemos do que é feita a unha e suas patologias. Depois, passamos a treinar fazer as unhas em modelos de plástico. A professora começou a ensinar técnicas de unhas artísticas. Somente na quarta semana de curso começamos a fazer as unhas umas das outras. Foi então que senti como é passar uma manhã na cadeira da manicure. Não há melhor maneira de explicar o que isso significava do que expor o que anotei no meu diário de campo daquele dia:

> *Hoje fiz "o meu primeiro pé". Esse foi e continuará sendo o fato mais marcante da minha semana. Estive tensa com essa aula. Teria de fazer uma coisa a que nunca me*

[126] Valor de agosto de 2011.

propus, para a qual achava que não levava jeito; uma coisa delicada, perigosa e, por isso, difícil. Saí de casa desanimada para o "desastre iminente". Seria necessário passar por essa experiência para fazer a pesquisa? Será que eu não estava indo longe demais com essa coisa de "observação participante"? Eu estava participando mesmo.

É claro que se todo pesquisador decidisse experimentar a atividade que pesquisa estaria numa encrenca muito grande. Obviamente, eu não faria isso se estivesse pesquisando prostitutas; mas manicure não era um ofício que exigisse tanto de mim. Não me machucaria de alguma maneira – assim eu imaginava. Por ser de formação rápida, eu posso me aventurar. Será que isso explica porque é tão pouco valorizado socialmente o trabalho da manicura? Não há grande investimento financeiro na aquisição desse ofício, embora sejam necessários muito mais do que os três meses de curso para tornar-se uma boa manicura. Mas não daria para fazer o mesmo se eu estivesse pesquisando médicos, por exemplo. Talvez aqui esteja uma das principais diferenças entre ofício e profissão: há muito mais barreiras sociais e econômicas para alguém transformar-se numa médica, e é praticamente impossível viver essa profissão como uma aventura passageira. Mas hoje percebi como o trabalho de manicure pode ser levado como uma fase, uma maneira de atingir outro objetivo, ou até mesmo uma pequena aventura para conseguir mais dinheiro.

No entanto, é um ofício de muita responsabilidade esse de mexer no corpo dos outros. Exigiu-me muito esforço físico, mais do que eu imaginava. Demorei duas horas e meia para fazer dois pés. E a professora pediu uma tarefa difícil: fazer uma "francesinha" [unhas brancas com uma faixa mais branca bem fininha na ponta]

Minha sorte é que fiz as unhas de uma colega de classe, uma menina muito calma, paciente e parceira. Ela até me dava dicas do que eu deveria fazer. Então me dei conta do tanto de detalhes que tem e de como era difícil seguir tudo aquilo rapidamente. A prática era bem diferente da teoria.

Minha luva rasgou e eu não me importei de continuar o serviço assim. O alicate espetou minha luva e eu não parei de trabalhar. Como socióloga, na Fundacentro, eu reprovaria esse comportamento, pois sabia que era perigoso – eu podia pegar doenças. Mas, como aprendiz de

manicure, eu só queria terminar logo o serviço, e achei que "não ia pegar nada". Suei, tive sede, dor nas costas. Queria subir a cadeira, mas ela não era ajustável. A cliente também não podia subir suas pernas – não era exercício de alongamento, afinal. O jeito foi "dar um jeito" para conseguir ficar bem próxima do pé e enxergar a cutícula, ou seja, me curvar um pouco mais.

Esse, sem dúvida, foi o momento mais difícil. Todas as alunas também estavam tensas. Aos poucos, fui relaxando e até que fui bem. Minhas duas horas e meia foram o tempo mais rápido da turma, embora eu deva admitir que não trouxeram o resultado mais bonito. Fiquei muito feliz ao ver os pés prontos. Ficou bonito. Era uma façanha para mim. Até tirei uma foto:

Esta manhã foi bastante cansativa, e não somente para mim, como comentaram minhas colegas. É claro que, com treino, essa atividade ficaria mais tranquila. Ainda assim, esta manhã me fez imaginar como seria trabalhar o dia inteiro naquela posição, somando um ambiente com ruídos de secadores, cheiros de tintas com amônia e de cremes com formol. Para tirar uma renda satisfatória, muitas manicuras afirmaram trabalhar quase doze horas por dia. Se essa rotina cansativa pode trazer melhor remuneração do que a de muitas profissões que exigem maior qualificação escolar, certamente não trará

> *reconhecimento ou status social. Mostrei a algumas colegas de trabalho e estudo a foto acima, e recebi comentários educados parabenizando-me. Outras acharam o fato banal e logo mudaram de assunto. Uma me disse honestamente que as unhas não estavam bem feitas, e que duas horas e meia era tempo demais. Sim, ela estava certa. Então passei a explicar que lidamos com alicates afiados, que era muito fácil cortar a pele e tirar sangue e que no curso aprendemos sobre todos os riscos de contaminação envolvidos, o que nos deu um senso muito maior de responsabilidade. Mesmo assim, nenhuma dessas informações fez o trabalho parecer-lhe mais interessante.*
>
> *Senti-me só. Quase nenhuma mulher do meu círculo social celebrou comigo o fato de que fiz algo difícil, do qual podia orgulhar-me. Senti que foi injusta a pouca valorização que deram ao meu trabalho de manicurar. Com esse trabalho, eu poderia conseguir algum dinheiro, mas não reconhecimento.*

Nesse dia pensei no que minhas colegas buscavam naquele curso. Um "ganha-pão" provisório? Qual delas queria mesmo ser "manicure"? O que significa ser "manicure"? Que identidade profissional este trabalho confere à quem o executa?

Na segunda aula do curso, Selma mostrou uma reportagem em vídeo[127] sobre o Bar das Unhas, um estabelecimento do Rio de Janeiro que decidiu oferecer o serviço de manicure num ambiente mais parecido com o de um *lounge*, um bar de luxo. Ela queria mostrar como esse serviço está cada vez mais requintado. A manicura das imagens em nada se parecia com as que vejo nos salões pequenos e médios das ruas residenciais de regiões de alta e média renda de São Paulo. Era uma jovem de rosto muito bonito, maquiagem discreta, cabelos presos, luvas, trabalhava com as mãos sobre uma mesa, sentada numa cadeira da mesma altura da cadeira da cliente, sem precisar curvar-se tanto e, em vez de um avental, usava um *blazer* branco como uniforme. Depois de visto

---

[127] O vídeo pode ser encontrado do portal do G1, no endereço que segue: http://maisvoce.globo.com/MaisVoce/0,,MUL1671561-10340,00.html. Acessado em 08 de fevereiro de 2012.

o vídeo, as alunas passaram a comentar quanto custa um serviço desses e quanto deveria ganhar a manicura que trabalhasse ali. Saímos da sala de aula animadas com os ganhos que viriam, e sentimos até certo orgulho por estarmos sendo formadas por aquela renomada escola, que nos transformaria em profissionais de ponta. Eu fiquei pensando em quanto dinheiro deveriam ter as clientes que frequentam esse salão. Entretanto, quando fiz o comentário com minhas colegas, foi como se caísse no vazio. Ninguém ali ousou imaginar-se no lugar da cliente.

Entre as doze manicuras e um manicuro, entrevistados no Brasil, e as quatro brasileiras, no Québec, a maior parte aprendeu o ofício com familiares ou autodidaticamente. Das manicuras que prezam o curso, três começaram a trabalhar sem ele, mas depois procuraram oficinas e *workshops* para aperfeiçoamento. Duas citaram que o alicate é um instrumento perigoso e que há uma maneira certa de manuseá-lo, que deve ser aprendida formalmente. Apenas duas afirmaram não haver problemas em exercer o ofício sem nenhum curso.

A consubstancialidade das relações sociais no trabalho de manicurar

A partir das trajetórias profissionais e das histórias da vida das mulheres entrevistadas, sugiro que as condições de trabalho das manicuras, compreendendo nelas as suas formas de emprego, são resultado da consubstancialidade das relações sociais. Adoto aqui a noção proposta por Danielle Kergoat de relação social e a ideia de consubstancialidade:

> *Uma relação social é uma relação antagônica entre dois grupos sociais, instaurada em torno de uma disputa [enjeu] (…) Toda relação social é assim conflituosa. (Kergoat 2010)*

Qual a diferença entre falar de consubstancialidade das relações sociais ou de interseccionalidade, como sugere Creenshaw (1991)? Inicialmente, parece que a diferença entre esses conceitos é apenas geométrica: interseccionalidade, como o nome diz, sugere que conjuntos invadem uns aos outros em parte, como intersecções. A consubstancialidade remete a substâncias que se fazem umas às outras, e como Kergoat diz, em um movimento de espiral.

Kimberlé Creenshaw iniciou o uso da palavra para explicar a discriminação a qual estavam submetidas mulheres “de cor” em casos de violencia doméstica. A autora afirma que tanto num nível estrutural quanto no nível de luta política, as mulheres “de cor” não estavam representadas suficientemente pelas políticas direcionadas às mulheres, que tinham a mulher branca como modelo universal. A ideia de inteseccionalidade de seu texto aponta para raça e gênero como duas grandes estruturas de poder que se interseccionam, situando as mulheres de cor numa zona de maior discriminação social (Creenshaw, 1991, p 1251).

A formulação conceitual da interseccionalidade passou a ser largamente utilizada e desenvolvida (c.f. Merril and Macdonald (2009, p.117). Para Helena Hirata, que em recente artigo discute a diferença entre as noções de de consubstancialidade e de

intersecionalidade no debate feminista, a formulação de Sirma Bilge é a que melhor sintetiza a de interseccionalidade:

> *A interseccionalidade remete a uma teoria transdisciplinar que visa apreender a complexidade das identidades e das desigualdades sociais por intermédio de um enfoque integrado. Ela refuta o enclausuramento e a hierarquização dos grandes eixos da diferenciação social que são as categorias de sexo/gênero, classe, raça, etnicidade, idade, deficiência e orientação sexual. O enfoque interseccional vai além do simples reconhecimento da multiplicidade dos sistemas de opressão que opera a partir dessas categorias e postula sua interação na produção e na reprodução das desigualdades sociais" (Bilge, 2009, p.70 in Hirata, 2014, p.62-63).*

Ao invés de tratar de uma articulação entre sistemas de opressão ou de estruturas identitárias, a noção de consubstancialidade fala de relações sociais que estão imbricadas, isto é, que constituem referências e pautam umas às outras.

> *As relações sociais são consubstanciais; elas formam um nó que não pode ser desatado no nível das práticas sociais, mas apenas na perspectiva da análise sociológica; e as relações sociais são coextensivas: ao se desenvolverem, as relações sociais de classe, gênero e "raca"se reproduzem e se coproduzem mutuamente. (Kergoat 2010, 95)*

Não são coincidentes em determinadas áreas; são mesmo constituintes. Mas a principal diferença entre a ideia de intereseccionalidade e consubstancialidade está, na verdade, no conceito de relação social de Kergoat. As relações sociais existem somente entre grupos sociais que assim se reconhecem como um coletivo, e não entre indivíduos. É na formação destes coletivos, que unem os indivíduos pelo enfrentamento de conflitos comuns, que se fundam as relações sociais.

Sendo o resultado de disputas, as relações sociais são dinâmicas. A consubstancialidade se faz nos movimentos desses conflitos e disputas que fundam as relações sociais. No entanto, Kergoat não está dizendo que todas as relações sociais são iguais, uma vez que são feitas da mesma substância e que a luta entre os grupos sociais

ao fim e ao cabo é apenas aquela existente entre dominantes e dominados. A luta e as disputas não se dão igualmente entre os grupos, não são de maneira alguma homogêneas. São complexas, por vez contraditórias e é essa complexidade que a análise sociológica deve buscar.

No caso aqui estudado, as manicuras têm o seu trabalho atravessado pela relação social de sexo e pela construção do gênero feminino desde a origem histórica desse ofício até à sua transformação em serviço remunerado. Vimos que se trata, em diversos âmbitos, de uma ocupação desprestigiada, isto é, sem o prestígio das classes profissioais. A falta de prestígio não foi objeto de investigação nesta tese, mas na pesquisa apareceu relacionada à ausência de qualificação formalizada e diplomada, à não associação do serviço com as questões de saúde (como vimos na diferença entre o espaço de trabalho da podiatra, da podóloga e da manicura) e sobretudo ao fato da arte de manicurar ser considerada um autocuidado tipicamente feminino realizável por qualquer mulher.

A consubstancialidade das relações sociais de dominação que levam mulheres a fazerem a vida fazendo unhas é melhor observada quando conhecemos a história pessoal de cada manicura. Para não incorrer em uma generalização arriscada, apresento aqui o que é ser manicura segundo aquelas que se dispuseram a conversar comigo. A entrevista é, em si, uma situação que nos dá informações importantes. A conversa mantida com elas, a maneira como fui recebida, o fato de aceitarem receber alguém estranho, de contexto social “diferenciado”, em sua casa ou fora dela, apenas para contribuirem para uma pesquisa, sem obter nenhum ganho imediato por essa contribuição, tudo isso merece análise e atenção. Para descrever com mais detalhe, escolho três, dentre todas as manicuras que conheci.

Nice

Quando conheci Nice, preparei-me para uma entrevista rápida e objetiva. No telefone, ela já havia esclarecido que tinha pouco tempo para falar comigo. Como eu prometi que em trinta minutos conseguiria “fazer o meu trabalho”, ela aceitou a

entrevista, que foi em sua casa. Cheguei até ela por indicação de uma cliente, que não conheci pessoalmente; apenas por telefone. Era uma casa pequena, no bairro de Itaquera, Zona Leste de São Paulo. Nice e sua filha, que se formou em curso de cabeleireira, equiparam uma sala, geminada com a sala de estar da família, para prestar serviços de cabelos, unhas e depilação. Paredes rosa, espelhos. Da rua, não há nada que mostre que ali existe um salão de beleza, mas esse espaço é considerado um salão, pelas clientes e por suas donas. Foi lá que ela me recebeu.

A história de como se havia tornado manicura confundia-se com a história de quando havia chegado a São Paulo (ela era cearense), que contava de maneira muito resumida. Há 35 anos Nice trabalha como manicura. Começou pouco tempo depois de ter chegado a São Paulo, vinda do Ceará.

Nice prefere sempre ficar calada durante o serviço. Para ela, a conquista da cliente ocorre quando a unha fica realmente bonita e a cliente reconhece isso. Quando lhe perguntei do que mais gostava na profissão, respondeu que era constatar que a mão da cliente "ficou perfeita". Não é apenas beleza, mas **perfeição** que Nice busca fazer nas mãos de suas clientes; uma unha bonita nos mínimos detalhes, e não um atendimento rápido ou agradável. Pergunto sobre a sua relação com as clientes e ela me responde imediatamente que é uma "relação profissional". Nice não gosta de falar de sua vida, mas ouve se a cliente disser. Também não gosta de perguntar.

Ela não mistura amizade e clientela. Diz que nenhuma cliente se tornou sua amiga pessoal. Porém, quando menciono aquela que me passou o seu telefone, Nice fala com empolgação. Diz que é uma ótima pessoa, de quem gosta muito, sendo cliente que ela atenderia a qualquer hora. Nice tem algumas clientes preferidas e a que a indicou para mim está entre elas. Lembro que, em nossa conversa após a entrevista, ela mencionou que nossa conhecida em comum havia lhe dado conselhos sobre o seu casamento, e que isso a havia ajudado muito. Há mais que prestação de serviço, existe um cuidado com o outro, que é recíproco, e isso não destoa da interação de serviço; ao contrário: facilita-o, ao tornar a interação mais fácil, mais agradável para ambas, com as expectativas mais facilmente cumpridas. Ela afirma nunca ter tentado conquistar

nenhuma cliente com demonstração de emoções e faz questão de afirmar que prefere ficar calada e concentrar-se na obtenção de um resultado perfeito.

Enquanto a ouvia, perguntava-me: por que, afinal, parar de atender em casa, uma vez que se consegue ganhar dinheiro sem gastar com transporte, com empregados, com impostos? O problema era a sua vida doméstica estar exposta: as clientes poderiam presenciar situações constrangedoras como brigas familiares que seriam lembradas depois, pois eram também suas vizinhas. Por outro lado, não podia abandonar prontamente essa forma de trabalhar, pois era a única que lhe permitia cuidar dos filhos, da casa, ganhar algum dinheiro e manter o casamento. Assim que os filhos cresceram um pouco, foi trabalhar em salões para mudar de ambiente, ver o mundo e saber das coisas, segundo ela mesma disse. Fez sua clientela e, quando tinha o suficiente, passou a atender apenas em domicílio. O passo seguinte foi juntar as economias e, finalmente, abrir o seu espaço, aquela sala onde conversávamos, que proporcionava um meio de vida também à sua filha. Aquele “espaço-salão” possuía um papel fundamental na manutenção financeira da sua família, além de facilitar a própria convivência familiar.

Algumas contradições nas falas de Nice são evidentes: não mistura amizade e serviço, mas com certas clientes preferidas, troca confidências e obtém conselhos para sua vida pessoal. Certamente, essa informação não cabia na sua fachada de manicura profissional, mas era compatível com a fachada de mulher, mãe de família, pessoa simpática e sorridente que se admirava do tanto que tinha para falar e não sabia.

Patrícia

Conheci Patrícia por indicação de uma amiga que foi sua colega de trabalho, não num salão de beleza, mas no Aeroporto de Congonhas, onde ela trabalhava como copeira, para ter um salário mensal razoável, com carteira assinada. Há mais de vinte anos, ainda adolescente, ela começou a fazer unhas, não tendo sido esse o seu primeiro trabalho. Começou a fazer unhas vendo a irmã ganhar dinheiro com isso. Não foi ensinada por ela e não fez nenhum curso.

> *Aprendi com a vida, em minhas mãos. As minhas amigas achavam lindas, porque eu tinha a unha grande e pintava de vermelho. Elas falavam "Ah Patrícia, por quê você não faz unhas?". Então comecei a fazer. Uma pagava e outra pagava, então pensei: "vou engrenar nisso". E deu certo até hoje.*

Uma amiga falou para a outra e, assim, sua clientela foi crescendo, fazendo unhas em domicílio, no bairro em que morava. Ficou muitos anos trabalhando assim. Tentou "arranjar um emprego", mas com a doença de sua mãe, e depois de seu pai, não pôde.

> *Fazia unha nos intervalos que dava. Depois, minha mãe morreu e meu pai, na sequência, também ficou doente. Daí também não dava para trabalhar. Fiquei praticamente quatro anos só andando com ele para o INSS. Enfim, ele se aposentou.*

Por falta de experiência registrada em carteira de trabalho, fazer unhas foi a saída mais viável para ela ganhar dinheiro:

> *(...) Só que nesse tempo minha carteira de trabalho chegou a ficar mais de quinze anos parada; então, para mim, ficou muito difícil; também pela idade, porque a gente acha que não, mas, faz diferença [Patrícia já se aproximava dos quarenta anos]. Então continuei a fazer unhas mesmo. Pensei: "enquanto não pintar nada"... [continuo fazendo unhas] Procurava emprego, mas não dava certo.*

O emprego que estava acessível para quem precisava cumprir uma jornada doméstica de cuidados e que não exigia experiência formalizada era o de manicure. Assim, Patrícia resolveu trabalhar num salão, para aumentar seus ganhos e levar o ofício a sério. Para conquistar clientes, estabeleceu a estratégia de trabalhar bem mesmo que isso levasse algum tempo a mais:

> *Então estabeleci uma regra diferente. Eu quero que o cliente volte, se eu marretar ele não vai voltar, ainda mais cliente de periferia que é exigente demais; é aquele que paga pouco e quer uma unha bem feita. Eu estipulava meu*

> *tempo, para que eu agradasse meus clientes e os tivesse sempre, a cada oito ou quinze dias.*

Este tempo era de uma hora e meia. Para manicuragem em salão é um tempo grande, pois, segundo ela – e segundo todas as manicuras que conversaram comigo – o tempo exigido pelos gerentes de salões para fazer esse trabalho é de quarenta minutos. Ela diz que teve sorte, pois trabalhava num salão em que era a única manicura e que precisava resgatar clientes.

Patrícia tem um sério problema na coluna. Não pode ficar muito tempo sentada, mas não atribui isso apenas ao seu trabalho no salão (embora a doença tenha aparecido no seu momento de trabalho mais intenso). No salão ela entrava às nove da manhã e saía às 21h, às vezes mais tarde.

Assim como Nice, ela também prefere trabalhar em domicílio, pois decidiu investir na profissão e comprou seu material. Afirma que as porcentagens de comissão oferecidas pelos salões, mesmo que utilize seu próprio material, não compensam. Outra vantagem de trabalhar autônoma é que não há pressão de chefia. Patrícia não gostava que dissessem como e o quê tinha de fazer. Com o cansaço do trabalho intenso e as dores na coluna, uma indisposição com a chefe foi o que a fez desistir do salão. Entretanto, não desistiu da profissão. Quando perguntei sobre seus planos para o futuro, ela fala em montar um pequeno salão com uma amiga.

> *O que eu pretendo, talvez, é montar um salão mesmo, (...) uma coisa voltada para unha e depilação, (...) Eu tenho uma amiga também que faz [cabelo e] embora não seja profissional ela faz muito bem e a gente estava pensando em um longo prazo montar uma coisinha, só o básico, com o foco na unha mesmo, ainda não sei o que vai acontecer...*

Mas quando pergunto sobre seus sonhos, fala do passado:

> *Eu tinha um sonho de fazer Educação Física, que era do que eu gostava mas, com o tempo, passou. Hoje em dia eu tinha muita vontade de me formar em enfermagem, estudar... Porque eu cuidei muito tempo da minha mãe, eu fiquei muito tempo em hospital, depois, de meu pai; então*

> *você acaba aprendendo muita coisa, você acaba vendo muito coisa, mas depois eu penso "será que vou ter estrutura?"*

Os sonhos da manicura mudaram com o tempo. No seu tempo presente, os sonhos são uma coisa do passado. “Fazer unhas” foi e continua sendo uma atividade possível e não a profissão dos seus sonhos.

Jéssica

Jéssica é manicura de um luxuoso salão de *shopping center* e mora no Jardim Ângela, uma das regiões mais pobres de São Paulo. Conheci-a por intermédio de uma sua cliente do *shopping*, que a ajudava com o tratamento fisioterápico de sua mãe. Não foi a paixão pelo ofício que a levou a ser manicura e a estar empregada em um salão luxuoso, mas o fato de que “não há manicura desempregada”. No fim do mês, com jornadas de no mínimo oito horas diárias, a manicura consegue remuneração maior do que amigas que se aventuraram a fazer faculdade (entre 2500 e 3000 reais por mês, em 2011). Por isso, mesmo que tenha muitas críticas ao salão e às colegas de trabalho, permenece trabalhando lá.

Como vimos no início desta seção, a manicura Jéssica procura estar cada vez melhor no seu trabalho. Decidiu que como profissional da beleza pessoal pode alcançar mais rendimentos do que em outras profissões. Por isso, realiza cursos e oficinas oferecidas gratuitamente pelas indústrias de esmalte e grandes perfumarias, e também ampliou o seu rol de serviços com os cursos de depilação. Porém, assume não ser esse um trabalho “que lhe dê prazer plenamente”.

Entre os incômodos que lhe tiram o prazer, estão clientes de um mundo e colegas de trabalho de outro. Enquanto algumas de suas clientes falam demais de seus problemas, que, ao final, na sua percepção, nem são tão grandes assim, colegas de trabalho não sabem agir com educação. Assim, Jéssica vê-se entre dois mundos opostos, com os quais tem de lidar diariamente. Mergulha no mundo das clientes que lhe contam

sobre grandes somas de dinheiro, sobre problemas conjugais, e no mundo das colegas de trabalho, suas concorrentes:

> *O pior é que manicure vem de uma classe inferior e quanto mais inferior menos educação tem. As manicuras nao têm respeito uma com a outra. Se ela tiver que te xingar no meio do salão, na frente de cliente, ela vai xingar. (manicura Jéssica)*

O contato frequente e próximo com clientes que passeiam em um *shopping center* é diferente daquele que existe em um salão que recebe sempre as mesmas clientes da redondeza. A partir dessa experiência, Jéssica percebe "tipos" de pessoas diferentes, que categoriza de acordo com o comportamento que lhe exibem durante o atendimento. Assim, mesmo que uma cliente compre diversos serviços caros do salão, Jéssica é capaz de julgá-la como alguém inferior à de outras clientes que talvez gastem menos.

> *Querendo, você vê a diferença das pessoas. Quanto mais dinheiro tem, mais educada é. Cliente que está começando a enriquecer, e quem tem um marido rico, mas ela era pobre, eu conheço à distância. Elas são muito diferentes. São chatas demais. Exigem o mundo e o fundo. 'Eu tô pagando, eu posso'. Elas têm uma arrogância a mais. É diferente o tratamento. Te trata como um serviçal. Quem tem dinheiro de verdade não te trata como serviçal. Acho muito importante o respeito entre as pessoas, se for lixeiro ou qualquer coisa. (manicura Jéssica)*

Quando diz que "elas têm uma arrogância a mais", Jéssica assinala o pecado interacional desse tipo de clientela: em vez de conquistar a empatia de Jéssica dentro da situação, aceitando-a como interlocutora, a cliente prefere impor sua posição social superior, que vem de uma lógica externa à da interação. Para Jéssica, é justamente ao fazer isso que a cliente confessa sua inferioridade, pois quem tem uma posição social verdadeiramente dominante ("quem tem dinheiro") não precisa usar qualquer recurso para diferenciar-se; tampouco sente-se ameaçado pela mistura, troca, envolvimento que ocorre na interação com a manicura. De certa forma, a fala de Jéssica permite a observação to de duas ordens sociais: a ordem social da consubstancialidade das

relações sociais e a ordem da interação; o lugar dos conflitos entre classes sociais e o lugar da aparente suspensão temporária desses conflitos. Aparente, porque a qualquer momento uma cliente pode lembrá-la de sua obrigação de servi-la; temporária, porque, no fim do dia, será Jéssica quem terá dores de coluna, devido à postura corporal adotada para o serviço, e não a cliente.

Assim, o relacionamento com a cliente é um momento em si, com sua dinâmica própria. Ela conta que "namora" suas clientes. Envolve-se no atendimento delas, ouve com atenção o que dizem e tenta ajudá-las, ou seja, não se furta à troca de afetos com suas clientes. Entre tantas histórias, contou de uma cliente que ela acompanhou ao hospital para ver o marido. A cliente não queria ir sozinha e não encontrava alguém para acompanhá-la a assistir a morte do marido. Essa empatia é recíproca e algumas clientes respondem à sua atitude cuidadora. Esse era exatamente o caso daquela que me proporcionou a entrevista com Jéssica, que participava no tratamento de saúde da mãe dela, mas, mesmo assim, não eraa considerada amiga por Jéssica. Era uma "pessoa maravilhosa", mas não era alguém do seu mundo. E a cliente que ela acompanhou ao hospital, já não vai mais ao salão.

Ser Manicuro

Não é comum encontrar um homem trabalhando como manicuro. De fato, apenas consegui ser cliente de um porque procurei essa situação. Na *internet*, os manicuros não apareceram como profissionais de um salão, mas como algo extraordinário a ser noticiado[128].

Graças ao contato com o Sindimani, foi possível realizar a entrevista com o manicuro Claudio, que já tem dezessete anos de experiência. Ele aprendeu o ofício observando suas primas. Fascinado pela beleza do trabalho, começou a fazer as unhas

[128] Um exemplo está disponível em http://oglobo.globo.com/rio/jovem-de-campo-grande-faz-sucesso-entre-as-mulheres-como-manicuro-que-pinta-lixa-desenha-pe-mao-8985622. Acesso em 15/05/2014

delas e suas amigas. Aos dezessete anos, decidiu assumir o *hobbie* como trabalho remunerado. Mas, no seu caso, abraçar essa profissão não era decisão fácil de ser tomada.

> *Eu ainda resisti por muito tempo. Falava: "não, não quero isso para mim, as pessoas não vão aceitar, sempre vai ter brincadeira de mau gosto"... enfim... Mas teve um momento que eu acreditei que eu poderia começar.*

Trabalhar como manicuro lhe permitia ganhar dinheiro imediatamente, sem precisar procurar por outro emprego, sem ter de investir em cursos.

> *Então... eu comecei a buscar mais do que eu sabia... Porque assim eu aprendi o básico, a cutilar, a lixar, a pintar, enfim, o serviço básico de manicure. Depois que eu comecei a perceber que o mercado tava crescendo, aí eu queria acompanhar. Aí uma cliente minha "poxa vi a unha da pessoa assim tava com uma florzinha bonitinha", aí eu comecei a buscar assim outros profissionais que trabalhavam também na área (…) E eu achava lindo, me encantava sabe... ver a cliente chegar com a unha de um jeito e sair completamente diferente, aquilo me encantava, meus olhos brilhavam mesmo.*

Claudio é uma exceção. Ele sabe que, no Brasil, é incomum encontrar homens fazendo o trabalho de manicure e sente os efeitos disso na interação com as clientes, que por vezes tentam flertar com ele:

> *Aí as meninas ficavam "mas ele é lindo né?" Aí já começavam aquelas risadinhas no cantinho do salão. Só que a gente observa... Depois de muitos anos de experiência, você acaba observando e eu achava até muito engraçado, mas também fiquei tímido em relação a isso.*
>
> *(…) elas já chegam dizendo"nossa que manicure lindo!" E já começam a falar uma coisinha ou outra como "nossa, mas você é isso" "mas você é aquilo" e já começa a querer ma certa confiança... Mas você tem que saber como se comportar nessas situações. Eu reagia naturalmente. (…) É, claro, acabava ficando sem graça, falava "muito obrigado", abaixava a cabeça e continuava fazendo o meu trabalho.*

Há uma disputa, entre a cliente e Claudio, para a definição da situação; ele precisa usar de gestos sutis, como o desvio do olhar, para delimitar o espaço da interação. Para isso, Claudio retomava a fachada de profissional.

> *Eu sempre coloquei a minha postura profissional muito à frente de tudo; sempre tratei muito bem, sempre recebi muito bem, mas sempre colocando que ali eu era o profissional e ela era cliente. Hoje, já temos assim amizade e as clientes já têm liberdade de chegar, porque o tempo acaba trazendo isso também, uma intimidade maior... Mas, eu sempre tratei todo mundo muito formal... como profissional mesmo, atendia, fazia meu trabalho, e tudo mais. (…) Elas acabavam entendendo assim a minha postura.*

Mas o principal desafio de ser um manicuro é ter de combater a ideia de que homens não sabem realizar trabalhos minuciosos e delicados. Para ele, as reportagens[129] e programas de televisão mostram os manicuros como algo exótico e diferente do trabalho da manicura. Mas, diferente do que as notícias enquadravam, para Claudio, os homens podem e fazem trabalhos minuciosos e delicados. Há, portanto, um rompimento com a concepção dominante da masculinidade e isso não é mostrado. Nesse sentido, a reclamação de Claudio é de que quase não há, na televisão, imagens de homens fazendo a cuticulagem, o momento mais delicado e arriscado do serviço de manicure, quando, na verdade, eles são capazes e de fato o fazem.

> *Porque assim, normalmemte como é um trabalho mais delicado, até hoje você viu mais mulheres fazendo. Poucas foram as vezes, acredito, que você tenha visto homens fazendo... Como geralmente o homem tem uma postura mais bruta e tal, as pessoas não acham que eu tenho capacidade de chegar e cutilar sua unha muito bem sem te*

[129] Um exemplo está na notícia do Jornal O Globo: "Jovem de Campo Grande faz sucesso entre as mulheres como manicuro, que pinta, lixa e desenha pé e mão", disponível em http://oglobo.globo.com/rio/jovem-de-campo-grande-faz-sucesso-entre-as-mulheres-como-manicuro-que-pinta-lixa-desenha-pe-mao-8985622, acesso em 26/05/2014.

> *machucar (…) eu achava que também tinha de fazer uma matéria completa "vamos colocar um profissional fazendo uma cutilagem e outro aplicando unha", entendeu? Para mostrar que nós temos profissionais que fazem de tudo, entendeu? Que decoram muito bem também... Eu assisto muitas matérias falando sobre homens que deixaram suas profissões, e tudo mais, para seguir o segmento de unhas e se deram muito bem; tem muitos bem sucedidos hoje, ganham até muito mais, realmente isso é uma grande verdade.*

Ser um manicuro envolve romper com o ideário sobre o corpo masculino e seus gestos. A arte de fazer unhas está associada às características também associadas ao gênero feminino como delicadeza e servilidade. Isto faz com que que ela se torna quase oposta ao gênero masculino. Claudio torna-se um trabalhador exótico, mas tendo isso em conta, é possível extrair vantagens dessa situação e causar encantamento nas clientes:

> *Porque tanto existe um diferencial por ser do sexo masculino que acaba atraindo é.., como é que eu vou dizer...uma atenção…uma curiosidade muito maior da cliente, dela querer saber "Será que ele sabe fazer mesmo?" Aí acabam vendo que você sabe fazer e se apaixonam por você.*

Na consubstancialidade das relações sociais presentes no ofício de manicure, a relação social de sexo atribui à mulher o trabalho sobre o corpo. Manicuros encontrados nesta pesquisa foram somente duas notáveis exceções[130]. Em consonância ao que constatou a pesquisadora colombiana Arango (2013) sobre a supremacia atribuída aos homens no ofício de cabeleireiro, continua atual a reflexão de Souza-Lobo (2010 [1985], que já apontava a necessidade de uma aboragem articuladoraentre as relações sociais de dominação:

[130] Conheci o outro manicuro enquanto cliente porque busquei salões com manicuros em atendimento.

> *A pergunta sobre a construção das tradições que fixam o sexo do trabalho, das ocupações ou das tarefas, remete especialmente nas realidades heterogêneas da América Latina, à reconstituição tanto da história das trajetórias femininas e das tradições e representações simbólicas, como do comportamento do mercado de trabalho e da dinâmica das relações capitalistas (...) A divisão sexual do trabalho é também uma construção social e histórica. Se é certo que o capitalismo utiliza uma estratégia de "dividir para reinar", a configuração dessas divisões é construída socialmente através das relações de classe, de raça, de gênero e das práticas sociais. (Souza-Lobo, 2010[1985], p.172-173).*

Assim, as formas de emprego encontradas para o serviço de manicure também são um resultado dessa consubstancialidade. A jornada doméstica de trabalho é sustentada com um emprego tão flexível em horários quanto precário em remuneração. As manicuras que declararam remunerações mais altas – não tão maiores quanto quatro salários mínimos - realizavam extensas jornadas. Todas trabalhavam mais de oito horas diárias e, apesar de não serem contratadas com registro em carteira de trabalho, tinham horários fixos a cumprir no salão.

Patrícia, Nice, Priscila, escolheram e mantiveram a profissão pela possibilidade que ela oferecia de continuar cumprindo seus papéis de cuidadoras, na esfera doméstica. Em seus empregos, podiam organizar suas agendas com alguma flexibilidade, de forma que vez ou outra podiam reservar um dia na semana para levar o filho, o pai, a mãe, ao médico, por exemplo. Ao manter essa jornada dupla, no entanto, não conseguiam exercer o trabalho de manicure com ganhos razoáveis. Para batalhar por um emprego com possibilidades de ganhos maiores, precisariam dedicar uma jornada de trabalho de ao menos oito horas.

Porém, mesmo esses empregos de jornada "*full time*" em salões luxuosos ocorrem em contratos de trabalho precários, até mesmo quando são "formais": sem remuneração fixa, com jornada de trabalho flexível, ganhos somente por comissão, sem registro social previdenciário ou com um registro simulado.

As negociações de contratação dessa mão de obra dão-se em meio à luta pela sobrevivência, à divisão sexual do trabalho doméstico, às restrições existentes no

mercado de trabalho para quem tem baixo grau de instrução, cor da pele escura, sexo feminino; para quem tem mais destreza na mão do que possibilidades financeiras de adquirir saberes técnico-científicos.

Por fim, para falar como a consubstancialidade das relações sociais atravessa o mundo do trabalho de manicurar é preciso falar de raça. Raça, entendida como algo da ordem do social. De acordo com Guimarães (2003):

> *As raças são, cientificamente, uma construção social e devem ser estudadas por um ramo próprio da sociologia ou das ciências sociais, que trata das identidades sociais. Estamos assim, no campo da cultura, e da cultura simbólica. Podemos dizer que as raças são efeitos de discursos; fazem parte desses discursos sobre a origem (Wade, 1997). As sociedades humanas constroem discursos sobre suas origens e sobre a transmissão de essências sobre gerações. Esse é o terreno próprio às identidades sociais e o seu estudo trata desses discursos sobre origem. Usando essa idéia, podemos dizer o seguinte: certos discursos falam de essências que são basicamente traços fisionômicos e qualidades morais e intelectuais; só nesse campo a idéia de raça faz sentido. (p.96)*

A história do Brasil obriga que consideremos a existencia social da raça, mesmo que ela não seja uma categoria biológica relevante para diferenciar seres humanos. O racismo é um fenômeno social atual, tendo mesmo sua existência reconhecida em lei. Há pelo menos duas formas de manifestação: a do preconceito e a da discriminação. Segundo Guimarães (2003), o preconceito diz respeito à atribuição de qualificações morais a uma pessoa devido à sua cor, e a discriminação refere-se ao tratamento diferenciado de alguém devido à sua cor.

A raça não foi examinada como uma categoria explicativa da atividade de trabalho de uma manicura, mas impõe-se em minhas observações como fator descritivo do contingente de trabalhadoras, isto é, da classificação social das trabalhadoras. É necessário dizer que, nos salões de beleza unissex que visitei, de bairros residenciais de classe média alta, em São Paulo (nomeadamente Perdizes, Higienópolis, Pinheiros, Vila Madalena, Consolação, Jardins e Moema), em salões que cobravam preços médios de

dezoito a 23 reais pela manicure,[131] não encontrei nenhuma cliente negra, mas em quase todos havia pelo menos uma funcionária negra; entre estas, em nenhum caso havia uma cabeleireira ou um cabeleireiro negro, função reconhecida como a de mais alta hierarquia no salão, antes do proprietário. Os salões nos quais havia uma cabeleireira negra cobravam menos pelos serviços (entre dez e quinze reais a manicure).

Não houve nenhum caso de discriminação ou preconceito racial observado por mim durante os atendimentos e nem relatado por alguma manicura, mas foi notório na imprensa o caso recente de uma manicura, em Brasília, que sofreu discriminação, ao ser recusada por uma cliente devido a sua cor.[132] De forma geral, violências simbólicas não são relatadas facilmente, já que muitas vezes admitir e contar a violência pode ser também uma forma de senti-la mais uma vez. Mas, no caso da discriminação racial, o fato de ser tipificada como crime e de estar enquadrada como uma prática social politicamente incorreta torna ainda mais difícil para o pesquisador a demonstração de sua existência, sobretudo no exame das interações interpessoais. Assim, o racismo só se torna visível com "macrodados" como esse, de que, em três anos de pesquisa de campo, frequentando diversos salões, não vi clientes negras em salões de classe média alta em São Paulo[133]. Como bem coloca Berlarmino de Freitas, que estudou a relação da raça com o emprego doméstico,

> *Soa ainda caro reconhecer, no Brasil, que as suas interações raciais podem não ser tão adocicadas quanto se acha que são, ou quanto se gostaria que fossem. Uma decorrência disso é que, na atualidade, admite-se, com mais*

---

[131] Como já informado, os preços da manicure variam entre dez e cinquenta reais, de acordo com a localização do salão. Os salões médios, com até dez funcionários, em bairros de classe de renda média alta, cobravam entre dezoito e 23 reais pela manicure (até primeiro semestre de 2014).

[132] "Australiana é presa no DF suspeita de racismo" http://g1.globo.com/distrito-federal/noticia/2014/02/australiana-e-presa-no-df-por-racismo-contra-manicures-veja-video.html (Acessado em 20/04/2014)

[133] De fato seria necessária outra pesquisa para entender por que foi tão frequente encontrar mais manicuras do que clientes negras, e em como ser tratada diferentemente como negra pode influenciar a atividade de trabalho e o emprego ao qual se tem acesso. Mas com os dados escassos da pesquisa de campo a esse respeito, não foi possível para esta tese aprofundar essa discussão, o que poderá ser feito em trabalhos futuros.

> *facilidade, números relacionados a desigualdades raciais amplas, ligados às disparidades entre brancos(as) e negros(as) no que concerne ao acesso à educação, saúde e emprego, principalmente. Porém, os ânimos se alteram vertiginosamente quando se atenta para a possibilidade de tais desigualdades poderem direcionar, também, as nossas trocas cotidianas interpessoais. A lógica dessa recusa dá sentido a um peculiar sentimento: "no geral, sim; na intimidade, não". Há assim, portanto, o reconhecimento de uma forma de racismo que é anônima e construída pela ação coletiva, mas que ninguém corrobora individualmente, por meio de seus próprios atos corriqueiros. E mais: nos tempos atuais, em que discursos politicamente corretos já são aceitos em muitos campos, sendo geradores, inclusive, da conhecida etiqueta das relações raciais brasileiras, quais são as chances de alguém se admitir um racista? Raras, sabe-se. Quem ligar um gravador e decidir entrevistar uma empregadora constatará isso facilmente. (Freitas, 2010, p 163).*

Na citação de Freitas, está posta a diferença entre as relações subjetivas e as relações sociais. É nesse segundo nível que se apreendem analiticamente as relações de poder que delineiam o serviço de manicure.

Como vimos, as interações nos serviços pessoais face-a-face têm características especiais. Conforme assinalou Angelo Soares (2002):

> *Essa interação entre os clientes e as trabalhadoras e trabalhadores é atravessada por diferentes relações sociais – de gênero/sexo, raça, de etnia, de idade e de classe, que se recobrem parcialmente umas às outras – assim como pelas relações de poder, que exigem competências espeíficas para trabalhar no setor de serviços (Soares, A. 2002, p.232)*[134]

[134] Tradução livre de «Cette intéraction entre les clients et les travailleuses et travailleurs est traversée par différents rapports sociaux – de genre/sexe, race, d'ethnie, d'âge et de classe qui se recouvrent partialement les uns les autres – ainsi que par des rapports de pouvoir qui exigent des compétences spécifiques pour travailler dans le secteur des services.».

Para dar conta de compreender as características de um serviço que ocorre em uma interação pessoal, foram desenvolvidos pela literatura sociológica anglo-saxã os conceitos de trabalho emocional, trabalho corporal e trabalho estético. O estudo do trabalho da manicura mostra que é preciso considerar todos esses aspectos, sendo a interação social um domínio da vida social incontornável nessa análise. Da mesma forma, as suas condições de trabalho materiais e contratuais precisam ser examinadas, para entender os sentidos que atravessam essas interações.

Tudo isso indica e confirma a consubstancialidade das relações sociais entre classe raça e gênero, como indicaram Hirata e Kergoat (2009).

Nice, Patrícia, Mônica, são manicuras muito experientes que nunca fizeram nenhum tipo de curso. Exatamente por não terem completado os estudos do ensino regular é que viram na profissão de manicura uma saída para ganhar dinheiro enquanto não arranjavam outro emprego ou enquanto não era possível estudar. O coroamento de suas experiências ocorre quando conseguem montar uma cartela de clientes suficientemente grande para não precisar mais dividir sua renda com nenhum salão. Melhorar ainda mais a condição de trabalho nesses casos seria, segundo elas, além de serem chefes de si mesmas, serem chefes de mais alguém, ou seja, montar o próprio salão, como Nice, Mônica, Deise, já fizeram e como Patrícia pretende fazer.

Isso mostra também como as manicuras não formam uma categoria estável de trabalhadoras, como ainda não se constituíram como um coletivo com uma autoimagem. Tanto é assim, que o objetivo da maior parte das manicuras entrevistadas é deixar de ser apenas trabalhadora para ser proprietária, podendo viver da renda de outra trabalhadora, como antes ela era.

As manicuras e o manicuro falaram nesta tese sobre muitos assuntos: o uso do corpo, das emoções, a beleza, a intimidade, o toque, a amizade, a servilidade, o detalhe, a busca da perfeição minunciosa, o amor, o cuidado, o carinho, o orgulho, a vaidade, a inveja, a competição, a cooperação. Falaram de muitas coisas e de uma só: do trabalho. Foi a partir desse trabalho que procurei aqui realizar o meu, tentando descobrir por meio do exame da interação pessoal o que é esse serviço. Busquei compreender a partir das palavras das manicuras e das observações do serviço nos salões como um trabalho

considerado fútil por tantos pode ser fonte de sustento de tantas. Encontrei no mergulho na interação da manicura com a cliente, na sua atividade de trabalho e nas condições em que é realizada cotidianamente algumas respostas sobre o crescimento ininterrupto que se vê hoje em dia, de mulheres de unhas pintadas, de manicuras e de manicuros. Sociologicamente, tentei explicar o trabalho das manicuras e mostrar que ele é necessário para conhecer o tão falado “mundo do trabalho”, que não é completo sem as suas milhões de manicuras e de alguns bravos manicuros do Brasil.

REFERÊNCIAS

IMAGENS EM MOVIMENTO (FILMES E PROGRAMAS DE TELEVISÃO)

A GRANDE Família. 2ª versão. Direção 2012: Maurício Farias. Redação: Adriana Falcão, Bernardo Guilherme, Cláudio Paiva, Marcelo Gonçalves, Mauro Wilson, Max Mallmann, Nelson Caldas, Nilton Braga e Péricles Barros. No ar.

AVENIDA Brasil. Direção geral: Ricardo Waddington. Autoria: João Emanuel Carneiro. Rede Globo de Televisão, 2011-2012, 179 capítulos.

BELEZA Pura. Direção Rogério Gomes. Autoria: Andrea Maltarolli. 2008, rede Globo de Televisão. 179 capítulos.

CELEBRIDADE. Direção: Dennis Carvalho e Marcos Sahechtman. Autpria: Gilberto Braga. Rede Globo de Televisão 2003-2004, 221 capítulos.

CONVERSA de Salão. Direção Maíra Bühler. Ideia Original: Maíra Büler. Produção: Primo Filmes e Caos Conteúdo e Pletora.

QUATRO por Quatro. Direção Ricardo Waddington. Autoria: Carlos Lombardi. Rede Globo de Televisão, 1994-1995. 233 capítulos.

MANICURE à Domicílio. Direção Carlos Mossy. Produtora: Vydia Produções Cinematográficas, Kiko Filmes, WVerde, Mosy Carlo, 1997, 90min, Son, Color.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABÍLIO, L. C. **O make up do trabalho: uma empresa e um milhão de revendedoras de cosméticos**. Tese de doutorado em Ciências Sociais. Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2011.

ABIHPEC – Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal Perfumaria e Cosméticos. **III Caderno de Tendências.** 2014-2015. Disponível em http://www.abihpec.org.br/ABIPECH_Livro-de-Tendencias.pdf, acesso em 27/05/2014

_____. **Anuario 2010.** Public Projetos Editpriais, São Paulo, 2010

_____.**Anuário 2012**. Public Projetos Editoriais, São Paulo, 2012.

ACKERMAN, Diane. **A Natural History of the Senses**. Random House LLC. 1991

ARANGO, L. G. Género, belleza y pretensiones artísticas en el campo de las peluquerías. **Revista Latina de Sociología**, n. 1, p. 1–43, 2011.

ARANGO, L. G e PINEDA DUQUE, J. Género, trabajo emocional y corporal en peluquerías y salones de belleza. **La manzana de la discordia**, Enero - Junio, Año 2011, Vol. 6, No. 1: 9-24. 2012.

ARANGO GAVIRIA, L. G. e PIÑEDA DUQUE J. Gênero, trabalho e identidade. Salões de beleza em Bogotá. **CS**. No. 10, 93–130, julio–diciembre 2012. Cali, Colombia

ARANGO GAVIRIA, L.G. RAMÍREZ, J.A.B., RAMÍREZ RAMÍREZ S.A. Género, belleza y apariencia: la clientela de peluquerías en Bogotá. **Nomadas.** N. 38, abril de 2013, Universidad Central, Colômbia. Disponível em http://hdl.handle.net/10893/3500. Acesso em 27/05/2014.].

ARANGO GAVIRIA, L.G. “Soin de L’apparence, Travail Émotionnel et Service Au Client.” **Multitudes** 52 (1) , 2013b

____. "Emociones - Saberes Y Condiciones Del Trabajo." **Revista Latino-americana de Estudos do Trabalho** Nº 30, 2013c, p.103-32.

ASHFORTH, Blake E., Glen E. Kreiner, and Mel Fugate. "All in a Day's Work: Boundaries and Micro Role Transitions." . **Academy of Management. The Academy of Management Review** 25, no. 3 (2000): 472-91.

BAGWELL, S. Transnational family networks and ethnic minority business development: The case of Vietnamese nail-shops in the UK. **International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research**, v. 14, p. 377–394, 2008.

BARCET, André, and Joël Bonamy. "Services - Opérationnalité De La Notion De Service : Dilution Ou Approfondissement ?". **Revue d'économie industrielle** 90, no. 1 (1999): 93-100.

BLACK, Paula. "'Ordinary People Come through Here': Locating the Beauty Salon in Women's Lives." **Feminist review,** no. 71 (2002): 2-17.

____. 2004. **The Beauty Industry: Gender, Culture, Pleasure**. 1st ed. London□; New York: Routledge.

BLACK, Paula, and Rita Felski. "The Beauty Industry: Gender, Culture Pleasure." . **Feminist theory** 7, no. 2 (2006): 273-73.

BLACK, Paula, and Ursula Sharma. 2001. “Men Are Real, Women Are ‘made Up’: Beauty Therapy and the Construction of Femininity.” **The Sociological Review** 49: 100–116. doi:10.1111/1467-954x.00246.

BOLTANSKI, Luc, and Ève Chiapello**. O novo espírito do capitalismo**. WMF Martins Fontes, 2009.

BOLTON, Sharon C. **Emotion Management in the Workplace**. Palgrave, 2005.

BONAMY, Joel, and Nicole May. "Service and Employment Relationships." **The Service Industries** Journal 17, no. 4 (1997): 544-63.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**, São Paulo: Bertrand Brasil, 1989.

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 1974.

BOURDIEU, Pierre. **A distinção crítica social do julgamento**. Edusp, 2007.

BORZEIX, Annie. La relation de service. Regards croisés. **Cahier du genre**, v. 28, p. 19-48, 2000.

BORGEAUD-GARCIANDÍA, Natacha. Aproximaciones a las teorías del care. Debates pasados. Propuestas recientes en torno al care como trabajo.**Revista Latinoamericana de Estudios del Trabajo**, n. 22, 2009.

BOUZÓN, Patrícia. **Construindo identidades: um estudo etnográfico sobre manipulaçao da aparência em saloes de beleza na cidade do Rio de Janeiro.** 2010. Tese de doutorado submetida ao Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social, Museu Nacional, da Universidade Federal do Rio de Janeiro.

BRASIL. **Lei Federal 12.592, de 19 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.

BRAGA, Ruy. 2006. “Uma Sociologia Da Condição Proletária Contemporânea.” **Tempo Social, Revista de Sociologia da USP** 18 (1): 133–52

BROOKMAN, Faye. "The Nail-Care Battle." **WWD: Women's Wear Daily** 205, no. 17 (2013): 1-1.

BROTHERIDGE, Céleste M.; GRANDEY, Alicia A. Emotional labor and burnout: Comparing two perspectives of “people work”. **Journal of vocational behavior**, v. 60, n. 1, p. 17-39, 2002.

BRUSCHINI, Maria Cristina Aranha; LOMBARDI, Maria Rosa. Trabalho e gênero no Brasil nos últimos dez anos. **Cadernos de Pesquisa**, v. 37, n. 132, p. 537-572, 2007.

CASACA, S. F. **Trabalho emocional e trabalho estético: na economia dos serviços**. Coimbra: Almedina, 2012.

CASACA, S. F. O. Behind smiles and pleasantness: working in the interactive service sector in Portugal. **International Journal of Work Organisation and Emotion**, v. 5, n. 1, p. 56–71, 2012b.

CARTIER, Marie. Perspectives sociologiques sur le travail dans les services: les apports de Hughes, Becker et Gold. **Le mouvement social**, n. 2, p. 37-49, 2005.

CDC - **Nail Technicians Health and Workplace Exposure Control - NIOSH Workplace Safety and Health Topic**. 2013. Accessed November 4. http://www.cdc.gov/niosh/topics/manicure/.

CRENSHAW, Kimberle. Mapping the margins: Intersectionality, identity politics, and violence against women of color. **Stanford Law Review**, p. 1241-1299, 1991.

COCHENNEC, Morgan. "Le Soin Des Apparences: L'univers Professionnel De L'esthétique-Cosmétique." **Actes de la recherche en sciences sociales** 154, no. 4 (2004 2004).

COSTA, Fernando Braga da. **Moisés e Nilce Retratos Biográficos de Dois Garis. Um Estudo de Psicologia Social a Partir de Observação Participante e Entrevistas**. Tese de Doutoramento em Psicologia . Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008.

CORTELLI, Andreia. **Procedimentos de biossegurança adotados por profissionais pretadores de serviços de manicure, pedicure, tatuagem, *piercing* e maquiagem definitiva no município de Jacareí-SP**. Dissertação de Mestrado em Saúde Pública. Universidade de São Paulo, 2012.

DAL-ROSSO, Sadi. **Mais trabalho!: A intensificação do labor na sociedade contemporânea**. Boitempo Editorial, 2008.

DWECK, Ruth Helena. A beleza como variável econômica: reflexo nos mercados de trabalho e de bens e serviços. **Texto para discussão** Nº.618 Rio de Janeiro: IPEA, 1999.

DWECK, Ruth Helena; DI SABBATO, M. Sc Alberto; DE SOUZA, Frederico Teófilo**. Relatorio final: O impacto socioeconômico da Beleza – 1995 – 2004**. IPEA, Rio de Janeiro, 2004.

DONATELLI, Sandra; OLIVEIRA, Juliana Andrade. **O trabalho de professores da educação básica no Rio Grande do Sul**. 2010.

EAYRS, Michele A. Time, trust and hazard: Hairdressers' symbolic roles. **Symbolic Interaction**, v. 16, n. 1, p. 19-37, 1993.

ECKSTEIN, S. and T.-N. Nguyen (2011). "The Making and Transnationalization of an Ethnic Niche: Vietnamese Manicurists1." **International Migration Review** 45(3): 639-674.

EGO - Luxo! Veja os esmaltes mais caros do mundo - notícias de Beleza. Disponível em: <http://ego.globo.com/beleza/noticia/2012/10/luxo-veja-os-esmaltes-mais-caros-do-mundo.html>. Acesso em: 20 maio. 2014.

EHRENBERG, Alain. **O culto da performance: da aventura empreendedora à depressão nervosa**. Editora Ideias e Letras, 2010.

FEDERMAN, M. N.; Harrington, D. E.; Krynski, K. J. Vietnamese Manicurists: Are Immigrants Displacing Natives or Finding New Nails to Polish? **Industrial and Labor Relations Review**, v. 59, p. 302–318, 2006.

FELICIA, M. Solomon. "Observational Study in Ten Beauty Salons: Results Informing Development of the North Carolina Beauty and Health Project." **Health Education and Behavior** 31, no. 6 (2004): 790-807.

FERREIRA, Leda Leal. "Análise Coletiva Do Trabalho." **Revista Brasileira de Saúde Ocupacional,** 21, no. 78 (1993): 7-19.

———. "Análise Coletiva Do Trabalho: Com a Palavra, Os Trabalhadores." **Linguagem e trabalho**. *Rio de Janeiro: COPPE/UFRJ/LUCERNA* (1998): 82-92.

———. "Dois Estudos Sobre O Trabalho Dos Petroleiros." **Produção** 6, no. 1 (1996): 07-32.

_____. Relações entre o trabalho ea saúde de professores na educação básica no Brasil. **Relatório final do Projeto "Condições de trabalho e suas repercussões na saúde dos professores de Educação Básica no Brasil".** Pesquisa. São Paulo: FUNDACENTRO, 2010.

———. "A Psicodinâmica Do Trabalho e a Análise Coletiva Do Trabalho." **Travailler** no. 1 (2011): 109-18.

FERREIRA, Leda Leal, and Sandra Donatelli. "Ergonomia: o que há para se ler em português." **Revista Ação Ergonômica** 1.2 (2001).

FERREIRA, Leda Leal, Sandra Donatelli, and Francisco Alves dos Reis Junior. **Análise Coletiva Do Trabalho De Pescadores-Mergulhadores De Lagosta Brasileiros.** Fundacentro; DRT-RN, 2003.

FERREIRA, Leda Leal, Maria Cristina Gonzaga, Sandra Donatelli, and Marco Antonio Bussacos. **Análise Coletiva Do Trabalho Dos Cortadores De Cana Da Região De Araraquara**, *São Paulo*. FUNDACENTRO, 1997.

FEUZER, E. NOVOTNY, V.R. WATANABE, E. **Elaboração de uma ficha de anamnese nos serviços de manicure e pedicure** Revista Personalité, nº.37, 2008. Disponível em http://www.revistapersonalite.com.br/mat_dest_59_tccanamnese.php.

FORDE, K. "Celluloid Dreams. The Marketing of Cutex in America, 1916-1935." **Journal of design history** 15, no. 3 (2002): 175-89.

FOUGEYROLLAS-SCHWEBEL, Dominique. **La relation de service: regards croisés**. Editions L'Harmattan, 2000.

FREEMAN, S., M. S. Lee, and K. Gudmundsen. "Adverse Contact Reactions to Sculptured Acrylic Nails: 4 Case Reports and a Literature Review." **Contact Dermatitis** 33, no. 6 (1995): 381-85.

FREIDSON, Eliot. **Renascimento do Profissionalismo-Teoria, Profecia e Política**. Edusp, 1998.

FURMAN, Frida Kerner. **Facing the mirror: Older women and beauty shop culture.** Psychology Press, 1997.

GADREY, Jean. Emprego, produtividade e avaliação do desempenho dos serviços. **Relação de serviço: produção e avaliação**. São Paulo: Senac São Paulo, p. 385-401, 2001.

GÉLINAS, Gabrielle. "Soins Esthétiques: Coiffeuses Et Coiffeurs, Coiffeuses-Stylistes Et Coiffeurs-Stylistes - **Rapport D'analyse De La Situation De Travail." edited by Gouvernement du Québec** - Ministère de l'Éducation. Bibliothéque Nationale du Québec, 1999

GILLIGAN, Carol. **In a Different Voice Psychological Theory and Women's Development.** Havard University Press, Cambridge, Massachussets.

GIMLIN, Debra L. **Body Work: Beauty and Self-Image in American Culture.** University of California Press, 2001.

_____. "Pamela's Place: Power and Negotiation in the Hair Salon.". **Gender & Society** 10, no. 5 (1996): 505-05.

GOFFMAN, Erving. **The presentation of self in everyday life**. 1959.

____. **Interaction ritual: Essays in face to face behavior**. Aldine Transaction, 2005.

____. **Relations in public**. Transaction Publishers, 2009.

____.. **Frame analysis: An essay on the organization of experience**. Harvard University Press, 1974.

____.**Gender and advertisements**. London: Macmillan, 1979.

____.The interaction order: American Sociological Association, 1982 presidential address. **American sociological review**, p. 1-17, 1983.

____.. The arrangement between the sexes. **Theory and society**, v. 4, n. 3, p. 301-331, 1977.

____.**A representação do eu na vida cotidiana**. Vozes, 2011.

____.**Comportamento em lugares públicos: notas sobre a organização social dos ajuntamentos**. Vozes, 2010.

GREAT BRITAIN, AND HEALTH AND SAFETY EXECUTIVE. **Assessing and Managing Risks at Work from Skin Exposure to Chemical Agents: Guidance for Employers and Health and Safety Specialists**. Sudbury: HSE Books: 2001.

GUTEK, Barbara A. **The dynamics of service: Reflections on the changing nature of customer/provider interactions.** Jossey-Bass Publishers. San Francisco. 1995.

HAMERMESH, Daniel S., and Jeff E. Biddle. "Beauty and the Labor Market." The American Economic Review 84, no. 5 (1994): 1174-74.

HAIR BRASIL . COM - Feira Internacional de Beleza, Cabelos e Estética. Disponível em:http://www.hairbrasil.com/index.php?http://www.hairbrasil.com/imprensa/noticia_1416.html>. Acesso em: 26 ago. 2013.

HILL, Terrence D., and Christopher Bradley. 2010. "The Emotional Consequences of Service Work: An Ethnographic Examination of Hair Salon Workers." **Sociological Focus** 43: 41–60.

HIRATA, Helena Sumiko, and Nadya Araujo Guimarães. **Cuidado E Cuidadoras: As Várias Faces Do Trabalho Do Care.** São Paulo: Editora Atlas S.A, 2012.

HIRATA, H. KERGOAT, D., "Os paradigmas sociologicos à luz das categorias de sexo: qual a renovação da epistemologia do trabalho?", in S. Baçal (org) **Trabalho, educação, empregabilidade e gênero**, Manaus, EDUA (Editora da Universidade Federal do Amazonas), 2009, p. 173-189.

HIRATA, Helena. Gênero, classe e raça Interseccionalidade e consubstancialidade das relações sociais. Tempo soc., São Paulo , v. 26, n. 1, June 2014 .

HOCHSCHILD, Arlie Russell. **The Commercialization of Intimate Life: Notes from Home and Work.** University of California Press. Berkeley and Los Angeles**,** 2003.

_____. Travail émotionnel, règles de sentiments et structure sociale. **Travailler**, n. 1, p. 19-49, 2003.

———. **The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling**, with a New Afterword. Univ of California Press, 2003

_____. **The time bind**. New York: Owl Book, 2001.

HUGHES, Everett Cherrington. **The sociological eye: Selected papers**. Transaction publishers, 1994.

JAMES, N. Emotional labour: skill and work in the social regulation of feelings. **The Sociological Review**, 1989, 37: 15–42

JONES,Geoffrey. **Beauty Imagined: A History of the Global Beauty Industry**. Oxford University Press, Oxford e Nova York, 2010

JOHNSON, Ian L. "Survey of Infection Control Procedures at Manicure and Pedicure Establishments in North York." **Canadian Journal of Public Health** 92, no. 2 (2001): 134-7.

KANG, Miliann. "The Managed Hand: The Commercialization of Bodies and Emotions in Korean Immigrant–Owned Nail Salons." **Gender & Society** 17, no. 6 (December 1, 2003 2003): 820-39.

_____. **The managed hand: Race, gender, and the body in beauty service work**. Univ of California Press, 2010.

KERGOAT, Danièle. 2010. "Dinâmica e Consubstancialidade Das Relações Sociais." **Novos Estudos-CEBRAP**, no. 86: 93–103.

_____.: "Dynamique et consubstantialité des rapports sociaux", en Elsa Dorlin (sous la direction de) Sexe,race, classe, pour une épistémologie de la domination, Paris,PUF, pp. 111-125, 2009

KIEC-SWIERCZYNSKA, M., B. Krecisz, and . CHOMICZEWSKA-SKORA, D.. 2013. "Occupational Contact Dermatitis to Acrylates in a Manicurist." **Occupational Medicine** 63 (5): 380–82.

KORCZYNSKI, Marek, and Cameron Lynne Macdonald. Service Work: Critical Perspectives. Routledge, 2009.

LAPERRÉRE, Anne. « A teoria enraizada (grounded theory) : procedimento analítico e comparação com outras abordagens similares » In POUPART et alli (orgs). **Pesquisa qualitativa : enfoques epistemológicos e metodológicos. Petrópolis : Vozes, 2008 .**

LE BRETON, David. **A Sociologia Do Corpo**. (2006).

LE LAY, Sthephane. "« Division Sexuelle Du Travail Et "Servitude Involontairement Volontaire". Le Poids Des Processus De Naturalisation Dans L'intériorisation De La Domination Sociale. L'exemple De La Coiffure »." **In La Question Du Consentement Au Travail. De La Servitude Volontaire** À L'implication Contrainte. 185-95. Paris: L'Harmattan, 2006.

LEIDNER, Robin. **Fast food, fast talk: Service work and the routinization of everyday life**. Univ of California Press, 1993.

MACDONALD, Cameron Lynne, and Carmen Sirianni. **Working in the Service Society**. Temple University Press, 1996.

MACDONALD, C. L., & MERRILL, D. "Intersectionality in the emotional proletariat: a new lens on employment discrimination in service work" In . MACDONALD, C. L et al. **(orgs) Service work: Critical perspectives**, New York, Routledge, 2009.

MADNANI, N. A., and K. J. Khan. "Nail Cosmetics." **Indian Journal of Dermatology, Venereology and Leprology** 78, no. 3 (2012): 309-17.

MARX, Karl**. O Capital. Crítica da economia política**. Nova Cultural, 1988.

MAUSS, Marcel. As técnicas corporais. **Sociologia e antropologia**, v. 2, p. 209-233, 1974.

McDOWELL, Linda. **Capital Culture: Gender at Work in the City**. Oxford, UK: Blackwell, 1997.

McCAMMON, Holly J.; GRIFFIN, Larry J. Workers and their customers and clients: An editorial introduction. **Work and Occupations**, v. 27, n. 3, p. 278-293, 2000.

MOLINIER, Pascale. A dimensão do cuidar no trabalho hospitalar: abordagem psicodinâmica do trabalho de enfermagem e dos serviços de manutenção.**Revista Brasileira de Saúde Ocupacional**, v. 33, n. 118, p. 6-16, 2008.

MORAES, Juliano Teixeira et al. Hepatite B: conhecimento dos riscos e adoção de medidas de biossegurança por manicures/pedicures de Itaúna-MG; **Rev. Enferm. Centro Oeste Min**, v. 2, n. 3, p. 347-357, 2012.

MORRIS, J. Andrew; FELDMAN, Daniel C. The dimensions, antecedents, and consequences of emotional labor. **Academy of management review**, v. 21, n. 4, p. 986-1010, 1996.

NGUYEN, T.-N. B. Vietnamese manicurists: The making of an ethnic niche.**International Migration Review**, v. 71, p. 0992, 2010.

OLIVEIRA, A. C. D. S., and R. FOCACCIA. "Survey of Hepatitis B and C Infection Control: Procedures at Manicure and Pedicure Facilities in Sao Paulo, Brazil." [In English]. **Brazilian Journal of Infectious Diseases** 14, no. 5 (Sep-Oct 2010): 502-07.

OLIVEIRA, J A. 'As emoções no trabalho e a segregação ocupacional no gênero feminino'. RBSE – **Revista Brasileira de Sociologia da Emoção**, 11 (31): 32-52, Abril de 2012.

OLIVEIRA, Juliana Andrade, PESENTE, José Carlos, FERREIRA, Leda Leal. **O trabalho de professores na educação básica em Mato Grosso do Sul.** São Paulo, Fundacentro, 2009.

PACHECO Ariele Binoti. **Homens e Mulheres Do Mármore e Do Granito: Entre Cores E Ritmos.** Dissertação de Mestrado, Programa de Pós-Graduação em Psicologia Institucional, Universidade Federal do Espírito Santo. Vitória: PPGPSI/UFES, 2010.

PAULES, Greta Foff. **Dishing it out: Power and resistance among waitresses in a New Jersey restaurant**. Temple University Press, 1991.

PAULSON, Susan. "'Beauty Is More Than Skin Deep.' An Ethnographic Study of Beauty Therapists and Older Women." Journal of Aging Studies 22, no. 3 (2008): 256-65.

PEISS, Kathy. **Hope in a jar: The making of America's beauty culture**. University of Pennsylvania Press, 2011.

PETTINGER, Lynne. Gendered work meets gendered goods: selling and service in clothing retail.In: **Gender, Work & Organization**, v. 12, n. 5, p. 460-478, 2005.

PUGLIESI, K. 1999. The Consequences of Emotional Labor: Effects on Work Stress, Job Satisfaction, and Well-Being. **Motivation and Emotion**. 23:125–54

QUACH, Thu, Robert Gunier, Alisha Tran, Julie Von Behren, Phuong-An Doan-Billings, Kim-Dung Nguyen, Linda Okahara, *et al.* "Characterizing Workplace Exposures in Vietnamese Women Working in California Nail Salons." [In English]. **American Journal of Public Health** 101, no. S1 (2011): S271-6.

OH, J.-H. Economic Incentive, Embeddedness, and Social Support: A Study of Korean-Owned Nail Salon Workers' Rotating Credit Associations1. International Migration Review, v. 41, p. 623–655, 2007.

RAFAELI, Anat, and Robert I Sutton. "Busy Stores and Demanding Customers: How Do They Affect the Display of Positive Emotion?". Academy of Management Journal 33, no. 3 (1990): 623-37.

RITZER, George; LAIR, C. The globalization of nothing and the outsourcing of service work. **Service Work: Critical Perspectives, London: Routledge**, p. 31-51, 2008.

ROLNIK, Suely. 1997. "Uma Insólita Viagem À Subjetividade." **Cultura e Subjetividade**. *Campinas, SP: Papirus.* Extraído de http://caosmose.net/suelyrolnik/textos/sujeticabourdieu.doc.

ROOKS, Noliwe. **Hair Raising: Beauty, Culture, and African American Women**. New Brunswick, NJ: Rutgers University Press, 1996.

SA, H. (2000). "Pathogenic organisms associated with artificial fingernails worn by healthcare workers." Infection control and hospital epidemiology 21(8): 505-509.

SAINIO, E.-L. L. (1997). "Allergenic ingredients in nail polishes." **Contact Dermatitis** 37(4): 155-162.

SANTOS, Denise Gomes Dias. **Modos De Dizer E Modos De Fazer: Reflexões Sobre Linguagem E Trabalho.** Sitientibus, Feira de Santana 29 (2003): 9-27.

SAYERS, Janet e MONIN, Nanette. "Chaplin´s Modern Times : service work, authenticy and non sens in Red Moon Café" in KORCZYNSKI, Marek, and Cameron Lynne Macdonald. Service Work: Critical Perspectives. Routledge, 2009

SCANLON, Jennifer. ""If My Husband Calls I'm Not Here": The Beauty Parlor as Real and Representational Female Space." [In English]. **Feminist Studies** 33, no. 2 (2007): 308-34,425.

SHILLING, C. **The body and social theory**. Theory, culture & society, 2003.

SILVA, Cristiane A. Fernandes da. **A gestão de si na reinvenção das normas: práticas e subjetividade no trabalho** . Tese de Doutorado em Sociologia. São Paulo: USP, 2007.

SIMMEL, Georg. Sociabilidade: um exemplo de sociologia pura ou formal.**Simmel. São Paulo: Ática**, p. 165-181, 1983.

SILVA, Cristiane A. Fernandes da . A gestão de si na reinvenção das normas: práticas e subjetividade no trabalho. **Saúde e Sociedade**, v. 17, n. 4, p. 111-123, 2008.

SILVEIRA, Flávio Leonel Abreu da; SOARES, Pedro Paulo de Miranda A. O ofício de barbeiro em Icoaraci (PA), diálogos com seu Jorge. **ILUMINURAS**, v. 8, n. 17, 2007.

SOARES, Angelo. Au Coeur Des Services: Les Larmes Au Travail. **Pistes**, 2000.

———. "Les Émotions Dans Le Travail." **Travailler** 9, no. 1 , 2002.

_____. Tão longe, tão perto: o trabalho no setor de serviços. **Revista Latino-americana de Estudos do Trabalho**. Ano 16, Nº 26, pp. 89-117, 2011.

SOULLIERE, Danielle. How hairstyling gets done in the hair salon. Michigan **Sociological Review**, p. 41-63, 1997.

SOUZA-LOBO, E. **A classe operária tem dois sexos: trabalho, dominação e resistência**. 2a ed. ed. São Paulo,: Editora Fundação Perseu Abramo, 2011.

STRAUSS, Anselm e CORBIN, Juliet. **Pesquisa qualitativa: técnicas e procedimentos para o desenvolvimento de teoria fundamentada. Porto Alegre,** Artmed, 2009, 2ª ed.

THOITS, Peggy A. Managing the emotions of others. Symbolic Interaction, v. 19, n. 2, p. 85-109, 1996.

TIBBALS, C. A. Amended Final Report on the Safety Assessment of Ethyl Methacrylate Doing Gender as Resistance: Waitresses and Servers in Contemporary Table Service. **International Journal of Toxicology**, v. 21, p. 63–79, 1 abr. 2002.

TOERIEN, Merran, and Celia Kitzinger. Emotional Labour in Action : Navigating Multiple Involvements in the Beauty Salon . **Sociology** (Oxford. Print) 41, no. 4 (2007): 645-62.

TRONTO, Joan. Care as the work of citizens: A modest proposal. **Women and citizenship**, p. 130-145, 2005.

TWIGG, Julia. Carework as a form of bodywork. Ageing and society, v. 20, n. 04, p. 389-411, 2000.

TWIGG, Julia et al. Conceptualising body work in health and social care. **Sociology of health & illness**, v. 33, n. 2, p. 171-188, 2011.

VILLAÇA, Flávio**. Espaço intra-urbano no Brasil**. Studio nobel, 1998.

WHARTON, Amy S. "The Sociology of Emotional Labor." **Annual Review of Sociology** 35, no. 1 (2009): 147-65.

WILLETT, Julie A. 2005. "' Hands Across the Table': A Short History of the Manicurist in the Twentieth Century." Journal of Women's History 17: 59–80.

WINKIN, Yves (org). Os momentos e os seus homens. Erving Goffman. Lisboa: Relógio d'Água, 1999.

WITZ, Anne, Chris Warhurst, and Dennis Nickson. "The Labour of Aesthetics and the Aesthetics of Organization." Organization 10, no. 1 (2003): 33-54.

WOLKOWITZ, Carol. **Bodies at work**. Sage, 2006.

____. "Embodying Labor, Then and Now." [In English]. International Labor and Working Class History 81 (2012): 182-86.

WINTHROP, K. L. et al. The Clinical Management and Outcome of Nail Salon - Acquired Mycobacterium fortuitum Skin Infection. **Clinical Infectious Diseases,** v. 38, n. 1, p. 38-44, 2004.

WOLF, Naomi. **O Mito Da Beleza**. Rocco, 1992.

YIN, Bingqing, and Susie Pryor. 2012. "Beauty in the age of Marketing" **Review of Business & Finance Case Studies** v. 3, n. 1, 2012.

ZARIFIAN, Philippe. Mutação dos sistemas produtivos e competências profissionais: a produção industrial de serviço. Relação de serviço: produção e avaliação, p. 67-94, 2001.

ANEXOS

1. Roteiro de entrevista semi estruturada para manicuras e manicuros[135].

1)Quando você começou a trabalhar como manicura(o)?

2)Por que escolheu esta profissão?

3)Você teve outros empregos antes deste? Quais?

4)Você sempre viveu e trabalhou em Montréal/São Paulo? Se não, onde você nasceu e quando chegou em Montreal/São Paulo?

JORNADA

1)Você trabalha em salão de beleza? Quantos?

2)Quantas horas por dia você trabalha?

3)Você tem quantos dias de folga por semana? Quais?

4)Quantas(os) colegas de trabalho você tem?

5) Quais são os profissionais que trabalham com você?

TRABALHO NO CORPO

Como foi a primeira vez que você fez unha? Como foi tocar a mão da cliente?

Quais as diferenças entre fazer pedicure e manicure? Algum dos dois é mais difícil? Por quê?

Você usa luvas e máscaras ou outro tipo de proteção? Se sim, você gosta de usá-las ou sente algum incômodo com elas?

---

[135] O mesmo roteiro foi aplicado em Montréal e em São Paulo, após explicitação do Termo de Consentimento com informações sobre a pesquisa e contato desta pesquisadora.

CLIENTE

O que você gosta e o que você não gosta no comportamento de um cliente? Descreva um cliente chato e um cliente legal.

Você se considera amiga de alguma cliente ou algum cliente?

Se sim, você encontra-se com esta cliente fora do salão?

Você tem clientes homens? Quais a parte boa e a parte ruim de se trabalhar com um cliente homem?

CONDIÇÕES DE TRABALHO

Descreva o seu posto de trabalho: como é a sua cadeira? Em quais espaços você pode trabalhar? Diga se é grande, pequeno, iluminado, etc.

Você tem um chefe em local de trabalho? É o proprietária(o)?

Como você recebe o seu pagamento?

Quanto tempo de pausa você tem?

Os instrumentos são seus ou do salão?

Quem faz a esterilização? Qual método é utilizado?

O que você mais gosta e o que menos gosta no salão que você trabalha?

Descreva um dia de trabalho, desde o momento em que você sai de casa à última cliente.

Se você pudesse fazer qualquer tipo de mudança no seu trabalho, faria alguma? Qual?

SAÚDE

Você tem alguma dor ou incomodo em alguma parte do corpo que sente todos ou quase todos os dias? Em qual parte?

Se sim, em que momento do dia você mais sente estas dores?

O que você faz para passar a dor?

Você tem alguma alergia?

Você acha que esta dor ou incômodo podem ter alguma coisa a ver com o seu trabalho?

FÉRIAS

Você tira férias todo ano? Se sim, quantos dias?

O que você costuma fazer nas suas férias?

Quando está de férias, sente dor de cabeça ou sonolência?

FINAL

Quais os seus planos profissionais para o futuro?

Você gostaria que sua filha ou filho trabalhasse com manicura ou manicuro?

Você estudou ou está estudando para obter algum diploma?

Você poderia dizer quanto ganha por mês?

Há alguma coisa que você queira dizer e que eu não perguntei?

2. Roteiros de entrevista semi estruturada para manicuras e manicuros em francês e em inglês.

When did you start working as a manicure?

Why did you choose this profession?

Have you had other jobs or professions before this? What were they?

Did you always live and work in Montréal? If not, where were you born and when did you arrive in Montreal?

JOURNEY

Do you work in a beauty salon? In how many?

How many hours a day do you work?

How many days off do you have per week? In which days of the weekend?

How many coworkers do you have?

What are the professionals who work with you?

WORK IN BODY

How was the first time that you did manicure?How was the experience of touching a hand of customer fot the first time? And how is now?

What are the differences between doing pedicure and manicure?

Do you use to wear gloves and masks?

If yes, do you feel any discomfort with them or they are just fine?

CLIENT

What do you like and you do not like in the behavior of a customer?

Describe an annoying customer and a nice one.

Do you consider yourself a friend of a client?

If yes, have you ever meet this person out of the salon?

Do you have man as clients?What is the good part and the bad part of working when the client is man?

WORKING CONDITIONS

Describe your job place. Do you have a chair just for you? How it is?In what areas of the salon can you work? For example: it's big, small, dark, etc..

Do you have a boss watching you in the workplace? Is he or she the owner?

How do you receive your payment? Percentage of service or salary?

How many pauses do you have in a day? How long does it takes?

The instruments that you use are belongs to you or to the salon?

Who makes sterilization? Which method is used?

What do you most like and least like about the salon that you work?

Describe a work day, from the moment you leave home to your last customer.

If you could make any kind of change in your work, would you do something?What would it be?

HEALTHCARE

Do you have any pain or discomfort in any part of your body? How many times a day? In which part of the day? In which part of your body?

What do you do get rid of the pain?

Do you have any allergies?

Do you think this pain or discomfort may have something to do with your work?

VACATIONS

Do you use to take a vacation every year? If yes, how many days?

What do you use to do during your vacation?

When you are on holidays, do you have any headache, sleepiness, or any other kind of pain?

FINAL

What are your professional plans for the future?

Would you want your daughter or son, or any other close person of your family, to work as a manicure or in a beauty salon?

Have you studied or are studying for a diploma?

Would you mind to tell me around how much money you make per month?

Is there anything you want to say that I did not asked you?

FRANÇAIS

Quand avez-vous commencé à travailler en tant que manucure?

Pourquoi avez-vous choisi ce métier?

Avez-vous eu d'autres emplois ou professions avant de travailler en tant que manucure? Quel était votre emploi?

Avez-vous toujours vécu et travaillé à Montréal? Si non, où êtes-vous née et quand êtes-vous arrivé à Montréal?

JOURNÉE

Travaillez-vous dans un salon de beauté? Depuis combien de temps?

Combien d'heures par jour travaillez-vous?

Combien de jours de congé avez-vous par semaine et quels jours de la semaine?

Combien de collègues de travail avez-vous?

Quels sont les professionnels qui travaillent avec vous?

TRAVAIL DANS LE CORPS

Comment c'est passé la première manucure que vous avez faite? Comment était l'expérience de toucher la main du client pour la première fois? Et comment percevez-vous cette expérience maintenant?

Quelles sont les différences entre faire une pédicure et manucure?

Pendant le travail, est-ce que vous utilisiez des gants et des masques?

Si oui, sont-ils incommodants ou non?

CLIENT

Qu'est-ce que vous aimez ou n'aimez pas dans le comportement d'un(e) client(e)?

Décrivez un client ennuyant et un client agréable.

Est-ce qu'il y a des clients que vous considérez comme des amis ?

Si oui, avez-vous déjà rencontré cette personne hors du salon?

Avez-vous des clients hommes? Quelles sont les bons et les mauvais côtés du travail avec un client masculin ?

LES CONDITIONS DE TRAVAIL

Décrivez votre lieu de travail. Avez-vous une chaise réservée pour vous? Décrirez-la. Dans quelles places du salon pouvez-vous travailler? Est-ce grand, petit, léger, etc...

Avez-vous un patron qui accompagne vos activités de travail? Est-il (elle) le propriétaire?

Comment recevez-vous votre paiement? Est-ce un pourcentage des services ou une rémunération fixe par mois ou par semaine?

Combien de pause avez-vous dans une journée? Combien de temps prennez-vous?

Les outils et instruments que vous utilisez appartiennent-ils à vous ou au salon?

Qui fait la stérilisation? Quelle méthode est utilisée?

Qu'est-ce que vous aimez le plus et le moins dans votre salon?

Décrivez votre journée de travail, à partir du moment où vous quittez votre maison à votre dernier client.

Si vous pouviez faire n'importe quel type de changement dans votre travail, que feriez-vous?

SOINS DE SANTÉ

Avez-vous quelque douleur dans votre corps? Dans quelle partie ? A quel moment de la journée3) Qu'est-ce que vous faites pour vous débarrasser de la douleur?

Avez-vous des allergies?

Pensez-vous que la douleur ou l'inconfort pourrait être relié avotre travail?

VACANCES

Avez-vous l'habitude de prendre des vacances chaque année? Si oui, combien de jours?

Qu'est-ce que vous faites pendant les vacances?

Lorsque vous êtes en vacances, avez-vous des maux de tête, somnolence, ou tout autre type de douleur?

FINAL

Quels sont vos projets professionnels pour l'avenir?

Souhaitez-vous que votre fils ou votre fille, ou autre personne de votre famille travailles comme manucure ou dans un salon de beauté?

Définissez votre travail en un seul mot.

Avez-vous étudié pour obtenir un diplôme?

Pourriez-vous me dire combien d'argent vous gagnez par mois?

Y a-t-il quelque chose que vous voulez dire que je ne vous ai pas demandé?

Termos de informação e consentimento.

De forma a preservar o entrevistado e protegê-lo de qualquer conseqüência negativa que possa ser causada pela sua participação, ofereceu-se a cada entrevistado uma cópia assinada por esta pesquisadora do termo reproduzido abaixo, a partir do modelo proposto pela UQAM. Foram feitas versões em inglês e francês para atender ao idioma de todos os entrevistados. Para as manicuras vietnamitas e chinesas, na impossibilidade de oferecer um termo traduzido em seus idiomas, foi oferecido o termo em inglês.

Termo de Informação e Consentimento

Título do projeto de pesquisa:	A interação pessoal como trabalho: estudo sobre os serviços de beleza pessoal
Pesquisadora responsável pelo projeto de pesquisa:	Juliana Andrade Oliveira
Instituições vinculadas:	Universidade de São Paulo - USP Universidade do Quebec em Montreal – UQAM Fundacentro - Fundação Jorge Duprat Figueiredo de Medicina, Segurança e Saúde no Trabalho. Ministério do Trabalho e Emprego do Governo do Brasil.

Preâmbulo

Gostaríamos de convidá-lo a participar desta pesquisa. No entanto, antes de concordar em assinar este formulário de informação e consentimento, por favor, leia e considere cuidadosamente as informações a seguir.

Tire todas as suas dúvidas neste momento com o pesquisador responsável pelo projeto de pesquisa ou um membro de sua equipe de pesquisa e peça-lhe para explicar qualquer palavra ou informação que não seja clara.

Natureza e objetivos do projeto de pesquisa

O objetivo da pesquisa é conhecer o processo de trabalho nos serviços de beleza pessoal, especialmente no serviço de manicure.Este é um dos serviços mais utilizados em salões de beleza do Brasil, país no qual a pesquisa foi projetada Nosso objetivo é fazer uma comparação entre as condições e as atividades deste trabalho entre Montréal e São Paulo.Para a realização deste projeto de pesquisa, pretendemos recrutar 20 participantes voluntários, homens e mulheres que trabalham a serviço da beleza. .

Benefícios associados com o projeto de pesquisa

Sua participação nos ajudará a produzir análises para melhorar as condições de trabalho de manicuras. Os resultados contribuem para o avanço do conhecimento científico no campo da sociologia.

Participação voluntária e possibilidade de desistência

Sua participação nesta pesquisa é voluntária. Você pode retirar-se do projeto a qualquer momento, sem dar razões da sua decisão para a pesquisadora responsável por esta pesquisa.

Confidencialidade

Todas as informações obtidas durante a entrevista serão mantidas em sigilo até o limite permitido por lei. Para proteger a sua identidade e privacidade, áudio da entrevista será mantido pela pesquisadora e somente para ela.

Os dados da pesquisa poderão ser compartilhados com o Profa Dra. Maria Helena Oliva Augusto, da Universidade de São Paulo, e/ou com o Prof. Dr. Angelo Soares, da Universidade de Quebec, em Montreal. Esta transferência de informação significa que os dados da pesquisa podem ser enviados ao Brasil ou ao Canadá. No entanto, a pesquisadora responsável por este projeto de pesquisa vai respeitar as regras de confidencialidade em vigor em Quebec, no Canadá, no Brasil.

Os dados da pesquisa podem ser publicados em revistas acadêmicas ou sujeitos a debate científico, mas não será possível identificar os sujeitos entrevistados. Além

disso,estes dados podem ser usados para uma melhor análise do projeto ou para desenvolver planos para futuras pesquisas.

Para fins de proteção, especialmente para se comunicar com você rapidamente, o seu nome e informações de contato serão mantidas por um ano após o final do projeto em um diretório separado mantido pelo pesquisador responsável pelo projeto de pesquisa.

Identificação de contatos

Se você tem alguma dúvida sobre o projeto de pesquisa ou se você tem um problema que você acredita que estar ligado à sua participação neste projeto, você pode contatar o investigador principal, Juliana Andrade Oliveira no seguinte número: 514 758 3091 em Montreal ou 55-11-8XXX-XXXX Brasil.

Agradecimento.

Sua colaboração é fundamental para o avanço de nossa pesquisa e por isso gostaríamos de agradecê-la(o).

(I) Consentimento do sujeito

Eu li o termo de consentimento informado. Eu reconheço que foram explicados a mim os objetivos da pesquisa, que responderam às minhas perguntas e que me foi dado o tempo para tomar uma decisão. Após reflexão, concordo em participar deste projeto de pesquisa de acordo com as condições ali estabelecidas.

Assinatura do sujeito de pesquisa Data

II. Assinatura e compromisso da pesquisadora responsável por este projeto de pesquisa

Certifico que expliquei a pesquisa sob este termo de informação e consentimento, que respondi às perguntas sobre a investigação, deixando claro para a participante que ela permanece livre de encerrar sua participação sem constrangimentos. Concordo com a

equipe de investigação, para respeitar o que foi acordado na forma de informação e consentimento e de enviar uma cópia assinada e datada do tema de pesquisa.

Assinatura pesquisadora principal deste projeto de pesquisa Data

INFORMATION AND CONSENT FORM

Title of research project:	Personal interaction as work: study of beauty labor.
Researcher responsible for the research project:	Juliana Andrade Oliveira
Granting agencies:	University of São Paulo - USP University of Quebec in Montreal - UQAM Fundacentro - Jorge Duprat Figueiredo Foundation Medicine, Security and Health at Work. Ministry of Labour and Employment of the Government of Brazil.

We invite you to participate in a sociological research. However, before agreeing to sign this form, please take time to read, understand and carefully consider the following information.

This form may contain words that you do not understand. We invite you to ask any questions that you may have to lead researcher of the research project or a member of its research staff and ask them to explain any words or information that is not clear.

Nature and objectives of the research project

The purpose of this research is to analyse personal interactions and labor conditions in personal beauty services, especially in the manicure service. This is one of the most used beauty services in Brazil, where this research was drawn. Our goal is to make a comparison between working conditions in Montréal and São Paulo.

For the realization of this research project, we intend to recruit 20 participants, men or women who work in the beauty services who volunteer to participate.

Benefits associated with the research project

Your participation will help us produce analysis in order to improve the working conditions of beauticians, especially manicurists. The results contribute to the advancement of scientific knowledge in the field of sociology of work in the study of health at work.

Voluntary participation and the possibility of withdrawal

Your participation in this research is voluntary. You can withdraw from the project at any time, without giving any reasons, making your decision the researcher responsible for this research project or a member of its research staff.

Confidentiality

All information collected will remain confidential to the extent permitted by law. To protect your identity and privacy of the audio from the interview will be kept by the researcher in charge of the research project and only for him. We should inform you also that your name will not be mentioned in any report, article or any kind of product resulted of this research. Your anonymous participation is guaranteed. Research equipment (digital recording and transcription coded) and consent form will be stored separately under lock and key by the project manager for the duration of the project. Records and consent forms will be destroyed five years after the last publication.

The research data will be shared with Prof. Dr. Maria Oliva Helena Augusto, the University of São Paulo, and Angelo Soares, University of Quebec in Montreal. Transfer of this information means that your research data could be transmitted to Brazil or Canadá. However, the researcher responsible for this research project will respect the confidentiality rules in force in Quebec and Canada, and in Brazil.

The research data will be published in journals or discussed scientific, but it will not be possible to identify you. Also, research data could be used for further analysis of data related to the project or for the development of future research projects.

For purposes of protection, including the ability to communicate with you quickly, your full name and your details will be retained for one year after completion of the project in a separate directory maintained by the researcher responsible for this research project.

Identification of resource persons

If you have any questions about the research project or if you have a problem that you believe is connected to your participation in the research project, you may contact the principal investigator of this research project, Juliana Andrade Oliveira at the following number: 514 758 3091 in Montreal 55-11-98XXX-XXXX or Brazil.

Financial compensation

Your participation in this project is free and you will not receive any kind of payment for it. However, you will not have any expense in order to participate**.**

Thanks

Your collaboration is important to this project and we want to thank you.

I. Subject's consent

I have read the information form and consent above and. I acknowledge that I was been explained the project, which has responded to my questions and that I was given the time to make a decision.

Upon reflection, I agree to participate in this research project the conditions set forth therein.

Signature: _____ Date:

II. Signature and commitment of the researcher in charge of this research project

I certify that I explained about the research under this form of information and consent, that I have answered the questions about the research subject and I have clearly indicated that she or he remains free to terminate its participation, and without prejudice.

Signature of researcher responsible for the research project: _____

I agree with the research team, to respect what was agreed to form informed consent and to submit a signed and dated copy to the research subject.

Formulaire d'information et de consentement

Titre du projet de recherche :	L'interaction personnelle comme travail : étude sur les services de beauté personnel.
Chercheuse responsable du projet de recherche :	Juliana Andrade Oliveira
Organismes subventionnaires :	Université de São Paulo - USP Université du Québec en Montréal – UQAM Fundacentro – Fondation Jorge Duprat Figueiredo de Medicine et Securité au Travail. Ministére du Travail et d'Emploi du Gouvernement du Brésil.

Préambule

Nous vous invitons à participer à une recherche. Cependant, avant d'accepter de signer ce formulaire d'information et de consentement, veuillez prendre le temps de lire, de comprendre et de considérer attentivement les renseignements qui suivent.

Ce formulaire peut contenir des mots que vous ne comprenez pas. Nous vous invitons à poser toutes les questions que vous jugerez utiles au chercheur responsable de ce projet de recherche ou à un membre de son personnel de recherche et à leur demander de vous expliquer tout mot ou renseignement qui n'est pas clair.

Nature et objectifs du projet de recherche

Le but de la recherche c'est de savoir les processus de travail dans les services personnel de beauté, surtout sur les services de manucures. Ceci est un des services le plus utilisés au Brésil où cette recherche a été dessiné. Notre but c'est de faire une

comparaison entre les conditions de travail et la façon de réaliser ce travail à Montréal et à São Paulo. Pour la réalisation de ce projet de recherche, nous comptons recruter 20 participants volontaires, soit hommes ou femmes, qui travaillent aux services de beauté.

Avantages associés au projet de recherche

Votre participation nous aidera produire des analyses pour améliorer les conditions de travail de les esthéticiennes e des manucures. Les résultats obtenus contribueront à l'avancement des connaissances scientifiques dans le domaine de la sociologie.

Participation volontaire et possibilité de retrait

Votre participation à cette recherche est volontaire. Vous pouvez vous retirer de ce projet à n'importe quel moment, sans avoir à donner de raisons, en faisant connaître votre décision au chercheur responsable de ce projet de recherche ou à l'un des membres de son personnel de recherche.

Confidentialité

Tous les renseignements recueillis demeureront confidentiels dans les limites prévues par la loi. Afin de préserver votre identité et la confidentialité des renseignements l'audio de la entrevue sera conservée par le chercheur responsable de ce projet de recherche et seulement pour lui.

Les données de recherche pourront être partagées avec Prof Dr. Maria Helena Oliva Augusto, professeur de l' Université de São Paulo, et Prof. Dr. Angelo Soares, professeure de l'Université du Québec en Montréal. Ce transfert d'information implique que vos données de recherche pourraient être transmises au Brésil. Cependant, le chercheur responsable de ce projet de recherche respectera les règles de confidentialité en vigueur au Québec et au Canada, et ce, dans tous les pays.

Les données de recherche pourront être publiées dans des revues spécialisées ou faire l'objet de discussions scientifiques, mais il ne sera pas possible de vous identifier. Également, les données de recherche pourraient servir pour d'autres analyses de données reliées au projet ou pour l'élaboration de projets de recherches futurs.

À des fins de protection, notamment afin de pouvoir communiquer avec vous rapidement, vos noms et prénoms et vos coordonnées seront conservés pendant un an après la fin du projet dans un répertoire à part maintenu par le chercheur responsable de ce projet de recherche.

Identification des personnes-ressources

Si vous avez des questions concernant le projet de recherche ou si vous éprouvez un problème que vous croyez relié à votre participation au projet de recherche, vous pouvez communiquer avec le chercheur responsable de ce projet de recherche, Juliana Andrade Oliveira au numéro suivant : 514 758 3091 a Montréal ou 55-11-8XXX-XXXX au Brésil.

Remercîments

Votre collaboration est importante à la réalisation de ce projet et nous tenons à vous en remercier

I**. Consentement du sujet**

J’ai pris connaissance du formulaire d’information et de consentement. Je reconnais qu’on m’a expliqué le projet, qu’on a répondu à mes questions et qu’on m’a laissé le temps voulu pour prendre une décision. Après réflexion, je consens à participer à ce projet de recherche aux conditions qui y sont énoncées.

Signature du sujet de recherche ……

.Date

II. Signature et engagement du chercheur responsable de ce projet de recherche

Je certifie qu’on a expliqué au sujet de recherche les termes du présent formulaire d’information et de consentement, que l’on a répondu aux questions que le sujet de recherche avait à cet égard et qu’on lui a clairement indiqué qu’il demeure libre de mettre un terme à sa participation, et ce, sans préjudice. Je m’engage, avec l’équipe de

recherche, à respecter ce qui a été convenu au formulaire d'information et de consentement et à en remettre une copie signée et datée au sujet de recherche.

Signature du chercheur responsable de ce projet de recherche

Date

QUADRO DE MANICURAS ENTREVISTADAS

Quadro de manicuras e manicuro entrevistados					
Manicuras no Brasil					
Pseudônimo	**Idade (anos)**	**Cidade e bairro de trabalho**	**Local de trabalho**	**Cidade e bairro de residência**	**Preço do serviço**
Rosa	42	São Paulo, Sacomã	Domicílio próprio	São Paulo, Sacomã	25
Geovana	40	São Paulo, Jardins	Salão	São Paulo	30
Nice	46	São Paulo, Mooca	Salão próprio e à domicílio	São Paulo, Cidade Líder	33 + transporte
Mônica	53	São Paulo, Ipiranga	Salão próprio	São Paulo, Ipiranga	33
Jessica	23	São Paulo, Moema	Salão	São Paulo, Jardim Angela	62
Carolina	27	São Paulo, Moema	Salão	São Paulo, Vila Guilhermina	62
Eliana	19	São Paulo, Perdizes	Salão	São Paulo, Centro	55
Patricia	40	São Paulo, Campo Belo	À domicílio no bairro	Interlagos	20
Deise	53	São Paulo, Campo Belo	Salão (sócia)	Campo Belo	não informado
Claudia	29	São Paulo, Santa Cecília	Salão	Franco da Rocha	30
Flora	40	Rio de Janeiro	Salão	Nova Iguaçu	não informado
Claudio	31	Rio de Janeiro	Salão (sócio)	Rio de Janeiro	não informado
Maria Teresa	45	São Paulo, Perdizes	Salão	não informado	55
Tania	19	São Paulo, Higienpolis	Salão	São Paulo, Centro	120
Manicuras no Quebéc					
		Cidade e bairro de trabalho	**Local de trabalho**	**Cidade e bairro de residência**	**Preço do serviço**
Liane	40	Ville de Quebéc	Salão	Ville de Quebec	60
Priscila	39	Montréal, área metropolitana	À domicílio ou próprio	Montréal, ilha.	40
Luiza	42	Montréal, centro	Salão	Montréal, ilha.	83
Lin	45	Montréal, centro	Salão próprio	não informado	35
Loan	44	Montréal, Agrignon	Salão	não informado	35
Fatima	26	Montréal, área metropolitana	À domicilio ou próprio	Montréal, ilha	35 + transporte
O preço refere-se aos serviços de manicure e pedicure regulares, em reais para São Paulo e em dólares canadenses para o Canadá. Os valores são os da data da entrevista, que em São Paulo foram realizadas em 2011 e em Montréal em 2013. A idade tambem é a da data da entrevista.					