

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS
CENTRO DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGIA

LUCIA MENDES CUCCHIERI

AUTONOMIA E CONTROLE:
percepções de trabalhadoras da beleza sobre o trabalho plataformizado

SÃO CARLOS

2024

Lucia Mendes Cucchieri

Autonomia e controle:
percepções de trabalhadoras da beleza sobre o trabalho plataformizado

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Departamento de Sociologia da Universidade Federal de São Carlos como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Ciências Sociais.

Orientadora: Profa. Dra. Aline Suelen Pires

SÃO CARLOS – SP

2024

AGRADECIMENTOS

Agradeço, acima de tudo, as manicuras que, mesmo com suas rotinas extremamente corridas, disponibilizaram um tempo para conversar comigo e tirar minhas dúvidas.

Também essencial à realização desta pesquisa, agradeço a Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP) pelo financiamento através da bolsa de Iniciação Científica (processo 2022/15933-1).

Agradeço à minha orientadora Aline Suelen Pires por todo apoio e atenção durante os meus últimos anos de graduação. Me encantei pela Sociologia do Trabalho através de suas aulas, e fico muito feliz por ter a oportunidade de ser sua orientanda. Muito obrigada por todas as suas leituras e correções cuidadosas, seus conselhos valiosos e direcionamentos precisos em meus momentos de ansiedade.

Aos meus pais, Tereza Mendes e Attilio Cucchieri, por todo apoio material e emocional ao longo desses anos de vida e de graduação. Obrigada por me apresentarem à beleza da ciência, por sempre me transmitirem a importância de ser curiosa e por me incentivarem na busca por toda e qualquer forma de conhecimento. É um privilégio ter nascido filha de vocês.

A todas as amigas que construí ao longo desses anos e que foram essenciais para que eu chegasse a esta etapa final. Em especial, agradeço à Isabela Machado, Julia Valentie e Luana Lima, que me acompanharam desde o início da graduação, e compartilharam comigo todos os momentos de ansiedade e alegria que experienciei na UFSCar. Também agradeço à Juliana Alcantara, monitora e amiga que me auxiliou tanto na realização do projeto que deu origem a esta pesquisa. Ao Iago Marichi, por todas as conversas e momentos de reflexão. À Ludmila Carneiro, pelo apoio e pelas aventuras que passamos juntas neste meu último ano de curso.

Aos colegas do grupo de pesquisa TRAMPO, que permitiram compartilhar angústias, descobertas e fofocas acadêmicas, e que tornaram menos solitário o processo de pesquisa. Em especial, agradeço à Denise Ribeiro, Leilyane Leão e Kamila Rocha, que além de serem colegas de academia valiosíssimas, se tornaram minhas amigas pessoais tão queridas. Sou imensamente grata por ter tido a companhia e apoio de vocês três nesse período de pesquisa e escrita. Também agradeço ao João Perin e Gustavo Carneiro, meus amigos de grupo de pesquisa que sempre me fazem rir e refletir.

Por fim, a todas/os as/os professoras/es do curso de Ciências Sociais da UFSCar. Em especial, agradeço à profa. Dra. Fabiana Luci de Oliveira e profa. Dra. Luana Dias Motta,

professoras excepcionais e que me marcaram muito. Também agradeço ao prof. Dr. Jacob Carlos Lima, por ter aceitado participar de minha banca de defesa e por todas as importantes contribuições que integram esta versão final de minha monografia.

RESUMO

A presente pesquisa procurou compreender e analisar as percepções de trabalhadoras da beleza que atendem por aplicativos quanto à sua autonomia no trabalho e às formas de controle a que estão submetidas. Tendo em vista a crescente presença das plataformas digitais no mundo do trabalho e o aumento dos estudos em Sociologia que se versam sobre esse tema, nossa pesquisa procurou analisar como a plataformização se estabelece numa ocupação que já é, tradicionalmente, feminina e precária, e qual a percepção das trabalhadoras sobre essas dinâmicas de trabalho – com enfoque especial nos aspectos da autonomia e do controle. Assim, procuramos contribuir para uma maior compreensão sobre como a questão de gênero é explorada dentro da plataformização. Realizamos a pesquisa, principalmente, através de entrevistas semiestruturadas com manicuras que atendem pelo principal aplicativo de *delivery* de beleza brasileiro. De modo auxiliar, também fizemos uma coleta de dados a partir das redes sociais e mídias da empresa. Dentre os nossos resultados, podemos destacar que as manicuras percebem uma maior autonomia no atendimento por aplicativo, se comparado ao atendimento em salão de beleza (mas menor, se comparado ao atendimento a domicílio particular). Essa percepção se dá, principalmente, em decorrência da flexibilidade de horários de trabalho proporcionada pelo aplicativo, que representa, para várias de nossas entrevistadas, a possibilidade de conciliar o trabalho remunerado com o trabalho doméstico e de cuidado.

Palavras-chave: trabalho plataformizado; serviços de beleza; manicure; autonomia; controle

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	7
Apresentação da pesquisa.....	7
Percurso metodológicos.....	9
1. O MERCADO DE TRABALHO NO SETOR DA BELEZA.....	13
1.1 Trabalho feminino e divisão sexual do trabalho.....	13
1.2 Trabalho no setor de serviços em beleza.....	16
1.3 Trabalho das manicuras.....	19
2. A PLATAFORMA UNIQUE E SUAS DINÂMICAS.....	25
2.1 Plataformização do trabalho e surgimento da plataforma Unique.....	25
2.2 Delivery de beleza: funcionamento da plataforma.....	29
2.3 Discurso de si da empresa: promoção do empreendedorismo e empoderamento feminino.....	35
2.4 A relação impessoal entre manicura e cliente: possível dificuldade para o serviço de manicure plataformizado?.....	38
2.5 Estado atual e perspectiva futura da plataforma.....	40
3. AUTONOMIA E CONTROLE: A EXPERIÊNCIA DAS TRABALHADORAS COM A PLATAFORMA.....	44
3.1 Autonomia e controle: breve panorama do debate.....	44
3.2 Relação entre trabalhadoras e empresa.....	47
3.2.1. Percepções sobre as formas de controle da Unique.....	48
3.2.2. Percepções sobre autonomia nos atendimentos realizados através da Unique...	54
3.3 Relações entre trabalhadoras e clientes.....	57
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	60
APÊNDICE: ROTEIRO DE ENTREVISTA.....	62
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	65

INTRODUÇÃO

Apresentação da pesquisa

Nos últimos anos, a crescente utilização de plataformas digitais no mundo do trabalho – fenômeno ao qual nos referimos aqui enquanto “plataformização do trabalho” – tem despertado o interesse de pesquisadoras/es e da sociedade em geral. Essas plataformas se apresentam enquanto meras mediadoras entre prestadores de serviços e potenciais clientes, isentando-se de quaisquer encargos trabalhistas e produzindo para si grandes lucros através dessa “mediação”. O principal atrativo colocado para os/as trabalhadores/as na adesão às plataformas digitais seria a suposta autonomia de “trabalhar para si mesmo”, tendo, teoricamente, liberdade para escolher quando, onde e como desejam trabalhar (Woodcock; Graham, 2019).

Entretanto, como veremos, por meio dos recursos tecnológicos e os algoritmos utilizados pelas plataformas, essas empresas conseguem, mesmo de longe, exercer um grande controle sobre o processo de trabalho de seus “parceiros”¹. Assim, a plataformização representa diversas mudanças nas dinâmicas de gerenciamento sobre o trabalho, mas a forma como essa gestão é realizada dificulta o reconhecimento da subordinação e do controle sobre o/a trabalhador/a (Abílio, 2019). Nesse sentido, torna-se importante olhar para as novas dinâmicas apresentadas pela plataformização, bem como para a experiência que os/as trabalhadores/as possuem com o trabalho nessas plataformas digitais.

Porém, a grande maioria dos estudos sobre trabalho plataformizado se concentram nas atividades de entregadores e motoristas de aplicativos – ocupações que possuem uma mão-de-obra majoritariamente masculina. Considerando como a divisão sexual do trabalho costuma designar as atividades laborais mais precárias às mulheres, Vidigal (2021a) aponta para a necessidade de olharmos para a questão do gênero dentro do âmbito da plataformização – questão que, de acordo com a autora, permanece ainda pouco explorada.

Para além dos entregadores e motoristas, várias ocupações têm sido abarcadas pelo fenômeno da plataformização, e, entre elas, temos a categoria à qual decidimos nos dedicar aqui, isto é, as profissionais da beleza que atendem por aplicativos. Assim, como verificaremos ao longo deste trabalho, a classe das profissionais da beleza é composta por uma imensa maioria de trabalhadoras mulheres, ademais, possui uma tradição de relações de

¹ As plataformas digitais, para reforçarem a ausência de qualquer vínculo empregatício com os trabalhadores, evitam utilizar palavras como “trabalhadores”, “funcionários” e “empregados” ao referirem-se aos prestadores de serviços da plataforma. Costumam, assim, utilizar termos como “parceiros” ou “colaboradores” para reforçar o caráter autônomo que esse trabalho, teoricamente, assume.

trabalho bastante precárias. Dessa forma, em nossa pesquisa de Iniciação Científica – sobre a qual esta monografia é inteiramente baseada –, procuramos contribuir para o aprofundamento na compreensão sobre a questão de gênero dentro das dinâmicas da plataformização do trabalho. Nosso interesse era o de responder à seguinte pergunta: como as trabalhadoras da beleza que atendem por aplicativo percebem a sua autonomia no trabalho e as formas de controle a que estão submetidas?

No entanto, a literatura sobre serviços de beleza (Oliveira, 2014; Souza; Borges, 2020) aponta para a existência de uma categoria em que a feminização e a precarização do trabalho são ainda mais presentes que nas demais, a saber, a classe das manicuras. Assim, considerando os limites de uma pesquisa de Iniciação Científica, optamos pelo enfoque na atividade das manicuras – já que esse é, também, o serviço mais procurado dentro dos aplicativos de *delivery* de beleza. Ademais, dentre as diversas plataformas de serviços de beleza a domicílio disponíveis no Brasil, escolhemos nos dedicar à compreensão das dinâmicas da empresa Unique², visto que essa é a principal concorrente neste mercado.

Nosso objetivo geral, portanto, era o de analisar como as dinâmicas de trabalho do aplicativo Unique são percebidas pelas manicuras que atendem por meio dessa plataforma em São Paulo-SP, focando, principalmente, nas suas percepções quanto à sua autonomia no trabalho e as formas de controle a que estão submetidas. Assim, pretendíamos compreender como as formas de gerenciamento do trabalho plataformizado são interpretadas por essas trabalhadoras e como esse gerenciamento se estabelece em uma ocupação tipicamente feminina e precária. Para tanto, quisemos: A) caracterizar, em linhas gerais, a plataforma Unique; B) descrever como funcionam as dinâmicas de trabalho nos atendimentos realizados através da Unique; C) traçar um perfil sociodemográfico das manicuras entrevistadas; D) entender como essas manicuras interpretam as formas de gerenciamento do aplicativo-empresa sobre seu trabalho; E) apreender a percepção das manicuras quanto à sua autonomia no trabalho; F) comparar com a percepção que possuem de sua autonomia em outras formas de atendimento (em salões, ou no atendimento a domicílio particular, por exemplo).

Nossa hipótese inicial era de que as manicuras percebem uma maior autonomia no atendimento por aplicativo do que em outras formas de atendimento mediadas por empresas (como em salões de beleza e esmalterias). Essa percepção seria impulsionada pelo discurso do empreendedorismo propagado socialmente e sustentado pela empresa-aplicativo em seus

² Optamos por utilizar um nome fantasia ao nos referirmos à empresa, para proteger ao máximo a identidade de nossas entrevistadas.

meios de comunicação. Também havíamos hipotetizado que o controle que a plataforma realiza sobre o trabalho dessas manicuras não passa despercebido por elas. Ainda assim, os critérios pelos quais esse controle é exercido não seriam sempre facilmente identificados pelas trabalhadoras, dada a falta de transparência da empresa quanto à forma de funcionamento de seu algoritmo.

É importante pontuarmos o sentido por trás do emprego do vocábulo *manicura* (e não *manicure*), em nosso trabalho. Oliveira (2014) observa como, na língua portuguesa, utiliza-se a palavra *manicure* para expressar, tanto o *ato* de “fazer a unha”, quanto a *pessoa* que trabalha “fazendo unhas”. O fenômeno foi destacado pela autora enquanto uma possível expressão da invisibilidade que essa ocupação experimenta no Brasil. Desse modo, as duas construções (*manicure* e *manicura/o*), estão de acordo com as regras gramaticais da língua portuguesa, e ambas são utilizadas pelos seus falantes brasileiros. Porém, como forma de chamar a atenção à dimensão de sujeito dessas trabalhadoras, e, com o intuito de reforçar a predominância da mão-de-obra feminina nessa ocupação, optamos, aqui, pelo uso do termo *manicura* para nos referirmos à trabalhadora que realiza os serviços de *manicure*. “Afim, como a profissão será reconhecida sem um nome próprio?” (Oliveira, 2014, p. 4).

Percursos metodológicos

Para a realização da pesquisa, conduzimos entrevistas semiestruturadas com manicuras que atendem ou já atenderam pela Unique. A opção pelo roteiro semiestruturado (disponível como apêndice, ao final deste texto) se deu no intuito de que pudéssemos abarcar a subjetividade das manicuras através de respostas mais abertas – e, assim, alcançar maior compreensão sobre as percepções dessas trabalhadoras. Desse modo, com o roteiro semiestruturado, tivemos a liberdade de adequar a ordem e a profundidade das perguntas ao ritmo de cada entrevistada, mantendo, entretanto, o foco nas questões principais que nos propusemos a investigar (Flick, 2013). A maioria de nossas entrevistadas trabalha/ou pela Unique em São Paulo-SP – cidade que, por conta de suas dimensões, se mostra ideal no estabelecimento de plataformas digitais. Apenas uma de nossas entrevistadas é residente em Campinas-SP, e atendeu pela Unique quando a empresa procurou se estabelecer nessa cidade – tema que abordaremos ao final do segundo capítulo.

Realizamos as entrevistas até atingirmos o ponto de saturação qualitativa – isto é, até o momento em que não havia mais informações inéditas significativas sendo apresentadas nas entrevistas (Gondim; Lima, 2010). Ao todo, efetuamos nove entrevistas completas, sendo que

a maioria ocorreu através de mensagens (texto e áudio) de WhatsApp e três ocorreram por chamada de vídeo, sendo estas gravadas e posteriormente transcritas³. Mas é importante ressaltar que, no corpo do texto e quadros aqui apresentados, estão presentes os relatos de sete das entrevistadas. Idealmente, teríamos preferido que todas as entrevistas tivessem sido conduzidas por chamada de vídeo, entretanto, as próprias manicuras apontaram a preferência pela conversa por mensagem, já que não possuem muitos horários livres. Assim, algumas entrevistas chegaram a durar vários dias, com pausas consideráveis entre a realização da pergunta e o recebimento da resposta. Abaixo, trazemos o Quadro 1, com o perfil das entrevistadas. É interessante notar que todas as entrevistadas já realizaram trabalhos fora do setor da beleza. Todos os nomes utilizados são fictícios para preservar a identidade das interlocutoras.

Quadro 1 – Perfil das Entrevistadas

Nome	Idade	Cor/raça	Nº de filhos	Estado civil	Escolaridade
Bárbara	25	parda	0	solteira	Ensino Médio completo
Carla	33	preta	0	casada	Ensino Superior completo
Fernanda	35	preta	2	divorciada	Ensino Superior incompleto
Graziela	43	branca	1	viúva	Ensino Superior completo
Mary	32	branca	0	solteira	Cursando Ensino Superior
Roberta	38	parda	3	solteira	Ensino Fundamental incompleto
Silvana	41	parda	3	união estável	Ensino Médio completo

Fonte: Elaboração própria a partir das entrevistas.

O uso das entrevistas por mensagem – ainda que tenha possibilitado entrevistar manicuras que, caso contrário, não teriam tido tempo para conversar conosco – representou uma dificuldade na execução da pesquisa. Em primeiro lugar, o estabelecimento de uma

³ Em decorrência de problemas técnicos, entretanto, o áudio da entrevista de Fernanda não foi registrado. Mas realizamos anotações detalhadas logo após a entrevista, as quais utilizamos na escrita deste trabalho.

conexão entre pesquisadora e entrevistada tornou-se mais difícil nessas entrevistas. Desse modo, por mensagem, temos menos elementos que podem ser utilizados na interpretação dos dados, já que as respostas são mais objetivas e não é possível captar o tom de voz, a expressão facial, os momentos de hesitação, etc. Ademais, duas entrevistadas (não contabilizadas nas nove interlocutoras já citadas) interromperam o contato no decorrer das entrevistas (pararam de responder nossas mensagens).

Todas as entrevistadas foram encontradas e contatadas por meio da rede social Instagram – com a exceção de Mary, cujo contato nos foi passado por uma das interlocutoras (técnica da bola de neve). Assim, realizamos um trabalho contínuo de observar os comentários nas postagens da página da Unique, em busca de potenciais interlocutoras, e procurar por perfis de profissionais que tivessem “marcado” ou “mencionado” a empresa. Essa busca por entrevistadas não foi fácil: encontramos bastante desconfiança por parte das profissionais, e a taxa de resposta e interesse em participar da pesquisa foi bem baixa – o que significou a necessidade de contatar um número muito maior de pessoas do que o número efetivo de entrevistas realizadas. Nesse processo, percebemos como o uso das mídias digitais no “fazer pesquisa”, ao mesmo tempo que amplia as possibilidades de contato na busca por interlocutores/as, também altera a qualidade dos vínculos e a proximidade – aspectos que, em uma pesquisa qualitativa, são de grande relevância. Ainda assim, conseguimos coletar informações suficientes para cumprir com nossos objetivos de pesquisa. Ademais, como essas trabalhadoras não possuem muito contato entre si (o que inviabilizou o emprego da técnica de indicação via bola de neve, na grande maioria dos casos), e nem um local físico de encontro em que se reúnam, não haveria possibilidade de contactá-las de outra maneira.

Apesar das dificuldades apontadas no uso das mídias sociais para o contato com as interlocutoras, essas mídias se provaram uma fonte muito rica de conteúdo na nossa coleta de dados sobre as dinâmicas da empresa. Assim, como instrumento auxiliar de pesquisa, analisamos as postagens de Instagram e YouTube da Unique (observando também os comentários das profissionais nessas postagens); alguns episódios de podcasts dos quais participaram dirigentes da empresa; os termos de uso e orientações no site da plataforma; e as reclamações na página do *Reclame Aqui* sobre a Unique. Todos esses canais nos forneceram uma grande quantidade de informações, principalmente sobre o funcionamento da plataforma, que utilizamos ao longo de todo este trabalho. Essas informações também nos auxiliaram na compreensão dos tópicos que precisávamos abordar em nossas entrevistas.

O presente texto encontra-se organizado da seguinte forma: no primeiro capítulo, abordamos o mercado de trabalho no setor dos serviços em beleza, com o intuito de situar a

experiência que nossas interlocutoras possuem com o mundo do trabalho; no segundo capítulo, nos voltamos às dinâmicas da plataformização do trabalho e, principalmente, à plataforma Unique e suas formas de gestão sobre o trabalho das manicuras; no terceiro capítulo, tratamos mais diretamente de nossa questão de pesquisa, assim, apresentamos brevemente o debate sobre autonomia e controle no trabalho e analisamos as percepções de nossas interlocutoras quanto a essas formas de gestão.

1. O MERCADO DE TRABALHO NO SETOR DA BELEZA

A percepção que as manicuras constroem sobre o trabalho plataformizado está diretamente relacionada às experiências que elas possuem no mercado de trabalho. Assim, para que possamos compreender de que lugar social nossas interlocutoras estão partindo ao compartilharem suas concepções sobre o atendimento por aplicativo, precisamos entender o panorama geral da ocupação de manicura e como é a vivência dessas mulheres no mundo do trabalho. Este é, exatamente, o intuito deste capítulo.

Na primeira seção, abordamos a questão da divisão sexual do trabalho e as suas implicações na desvalorização de trabalhos tipicamente exercidos por mulheres, como o trabalho do *care*. Na segunda seção, fornecemos um panorama geral do setor de serviços em beleza, passando por sua importância e pela dinâmica das relações trabalhistas desse setor. Por fim, na terceira seção, trazemos as especificidades do trabalho de manicura, abordando tanto os aspectos mais práticos quanto subjetivos desse ofício.

1.1 Trabalho feminino e divisão sexual do trabalho

Para compreender melhor a ocupação de manicura e como ela se insere no mercado do trabalho, é essencial considerarmos a dimensão da divisão social do trabalho entre os sexos. Isso porque a ocupação de manicura no Brasil é quase que totalmente realizada por mão-de-obra feminina. De acordo com Dweck e Di Sabbato (2006), em 2001, 99,9% das manicuras do Brasil eram do sexo feminino, conforme dados do IBGE. Não conseguimos encontrar dados relativos à categoria específica de “manicure” a partir do IBGE para anos posteriores a 2001, no entanto, se olharmos através da base de dados da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS), veremos que a grande diferença entre o número de manicuras mulheres e homens se mantém relativamente estável mesmo nesses anos mais recentes (Tabelas 1 e 2) – com as mulheres representando, na média dos três anos selecionados, 96,37% da categoria. Ainda que a base de dados RAIS faça referência apenas às pessoas formalmente registradas nessa ocupação, e mesmo que o trabalho de manicura seja muito comumente realizado informalmente, esses dados ainda nos mostram a discrepância na questão do sexo das/os trabalhadoras/os que exercem a ocupação. Através desses dados, também é possível notar, na Tabela 1, como o número de trabalhadoras registradas formalmente nessa categoria diminuiu muito após 2016, com a aprovação da Lei do Salão Parceiro – situação que exploraremos mais a frente, na segunda seção deste capítulo.

Tabela 1 – Distribuição das pessoas registradas com vínculo ocupacional de “manicure” no Brasil na base de dados RAIS nos anos de 2010, 2015 e 2020 por sexo

Ano	Masculino	Feminino	TOTAL
2010	704	22.113	22.817
2015	943	23.363	24.306
2020	237	5.800	6.037

Fonte: elaboração própria, a partir de dados retirados da base RAIS

Tabela 2 – Distribuição das pessoas registradas com vínculo ocupacional de “manicure” no Brasil na base de dados RAIS nos anos de 2010, 2015 e 2020 por sexo – %

Ano	Masculino	Feminino	TOTAL
2010	3,09	96,91	100
2015	3,88	96,12	100
2020	3,93	96,07	100

Fonte: elaboração própria, a partir de dados retirados da base RAIS

Não é mera coincidência que uma ocupação bastante precária – em termos de rendimento, condições de trabalho e reconhecimento social – seja desempenhada quase que exclusivamente por mulheres. O mundo do trabalho se estrutura sobre as bases das relações sociais de sexo – isto é, existe uma *divisão sexual do trabalho*, na qual os sexos são sistematicamente distribuídos de maneira desigual no mercado de trabalho. Essa divisão está centrada em dois princípios: primeiro, o princípio de separação, que determina que existem trabalhos de mulheres e trabalhos de homens; e segundo, o princípio de hierarquização, que valoriza os trabalhos masculinos como mais importantes que os trabalhos femininos (Kergoat, 2009). A divisão sexual do trabalho é a base material, portanto, da relação social de poder que se dá entre os sexos.

A divisão sexual do trabalho é pautada na ideologia naturalista de que homens e mulheres portam características biológicas distintas, associando as mulheres à esfera reprodutiva e os homens à esfera produtiva (Kergoat, 2009). Assim, o trabalho doméstico e de cuidado é, tradicionalmente, realizado de forma gratuita pelas mulheres, sob a justificativa de

que elas são, naturalmente, afetuosas e maternais. Há, no entanto, um apagamento da importância que esse trabalho de reprodução social possui para a própria esfera produtiva, desvalorizando o trabalho doméstico e de cuidado.

Desse modo, uma forma de trabalho que é extremamente representativa da divisão sexual do trabalho é o trabalho do *care* (Hirata, 2014; 2016). Aqui inserem-se as ocupações em que o trabalho realizado tem o intuito de garantir as necessidades físicas e/ou emocionais diárias de um(a) beneficiário/a (Arango Gaviria, 2011). Por ser exercido, tradicionalmente, de forma gratuita e invisível pelas mulheres na esfera doméstica, ao ser mercantilizado, o trabalho do *care* insere-se no mercado de trabalho em condições bastante precárias, com baixa remuneração e pouco reconhecimento social (Hirata, 2016).

Ele continua sendo exercido por uma maioria feminina, no entanto, outras dimensões, como as de raça, classe e origem, passam a ganhar destaque dentro da perspectiva do *care*. Isso fica claro não apenas quanto à mão de obra característica desse trabalho – a qual costuma ser composta pelas camadas mais vulneráveis da sociedade (Hirata, 2014) –, mas também com relação às pessoas que usufruem do *care*, ou seja, aqueles/as que acessam o direito de “ser cuidado/a” (Arango Gaviria, 2015).

No Brasil, a participação das mulheres na esfera do trabalho extradoméstico começa a crescer a partir dos anos 1920 (Araújo, 2016). Sendo associada a uma força de trabalho inferior, a mão de obra feminina passa a participar do trabalho assalariado ocupando posições não qualificadas, com baixos salários e condições precárias de trabalho. Nos anos 1980 e 1990, a entrada de mulheres no mercado de trabalho brasileiro aumentou expressivamente.

Ao mesmo tempo, porém, no cenário global, o capitalismo passava por diversas mudanças que procuravam retirar a interferência do Estado na economia, caminhando para uma desregulamentação e flexibilização das relações de trabalho cada vez maiores – inaugurando o período denominado por Harvey (1992) enquanto “acumulação flexível”. Assim, abriu-se espaço para a imposição, por parte dos empregadores, de formas de trabalho cada vez mais precárias – o emprego regular e estável se torna cada vez menos comum, enquanto o uso da subcontratação e do emprego temporário e parcial se popularizam (Harvey, 1992). Nesse cenário, a precariedade já característica do trabalho feminino se somou à insegurança e à flexibilidade do trabalho no capitalismo contemporâneo (Araújo, 2016).

Esse processo de flexibilização do mundo do trabalho possui, portanto, impactos diferentes entre homens e mulheres. Ademais, o trabalho de reprodução social não deixa de ser visto enquanto uma responsabilidade feminina, ou seja, recai sobre as mulheres o peso de *conciliar* a vida profissional e familiar (Hirata; Kergoat, 2007). Nesse contexto, a

mão-de-obra feminina passa a ser destinada, principalmente, aos trabalhos em tempo parcial, com horários flexíveis e salários baixos. Assim, os contratos flexíveis são positivados enquanto uma forma de as mulheres continuarem se dedicando ao cuidado da família; e a baixa remuneração é justificada pela ideia de que ela seria uma renda complementar à do marido (Cattaneo; Hirata, 2009).

O ramo dos serviços em beleza – até mesmo nas formas convencionais de atendimento, anteriores à plataformização – é um setor que já é, tradicionalmente, bastante alinhado à flexibilidade. Assim, Bufaiçal (2019) nos mostra que, dentre os motivos que levam as pessoas a trabalharem nesse ramo, para os homens há um destaque na afinidade que eles possuem com a área da beleza, com uma inclinação artística. Enquanto que, para as mulheres, sobressai-se a questão de que a área permite conciliar as tarefas domésticas e de cuidado com o trabalho remunerado.

É possível notar essa característica de maneira ainda mais explícita dentro da plataformização do trabalho da beleza. Desse modo, um dos principais incentivos que a empresa Unique utiliza para atrair novas trabalhadoras é a possibilidade de conciliar o trabalho na plataforma com o trabalho doméstico e de cuidado. No site da plataforma, na sessão “Por que trabalhar com a Unique é perfeito pra você?”, a empresa afirma: “Oferecemos liberdade de agenda para conciliar com a sua rotina, outro trabalho e cuidar da família”. E esse discurso parece ressoar fortemente entre as trabalhadoras com quem conversamos.

Quando tratamos dos serviços de beleza, portanto, estamos abordando um ramo com uma maioria de trabalhadoras mulheres e que tem a flexibilidade tradicional do setor como um atrativo para essa mão-de-obra feminina – flexibilidade, essa, que mascara a precariedade característica das relações de trabalho desse ramo.

1.2 Trabalho no setor de serviços em beleza

O setor de beleza e cuidados pessoais é bastante expressivo no Brasil. De acordo com Dweck (1999), esse setor apresentou um significativo crescimento na década de 1990 – fenômeno que a autora associa, entre outros fatores, ao aumento do poder aquisitivo das mulheres em decorrência da maior inserção no mercado de trabalho. Recentemente, de acordo com a *Euromonitor International*, em 2022, o Brasil era o quarto maior mercado consumidor de beleza e cuidados pessoais do mundo, movimentando cerca de 26,9 bilhões de dólares⁴. Ademais, a Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos

⁴ Dado retirado do Panorama do Setor de 2023, elaborado pela ABIHPEC. Disponível em: <https://abihpec.org.br/publicacao/panorama-do-setor/>. Acesso em: 31/10/2023

(ABIHPEC) afirma que o setor de beleza e cuidados pessoais, também em 2022, gerou cerca de 5,6 milhões de oportunidades de emprego no país – sendo que por volta de 2,6 milhões eram empregos proporcionados por salões de beleza⁵. Estamos diante, portanto, de um setor que se mostra relevante no cotidiano da população brasileira e também na geração de empregos no Brasil.

De acordo com o Censo 2010, entre as pessoas que se identificaram com o subgrupo ocupacional “cabeleireiros, especialistas em tratamentos de beleza e afins”, havia um total de 1.228.406 trabalhadoras/es, sendo que 16,07% eram homens (197.373). Ou seja, quando se trata do setor de serviços em beleza como um todo, ainda que a participação masculina seja maior do que quando olhamos apenas para a ocupação de manicura, é notável que esse é um setor majoritariamente feminino. A maior representatividade masculina se encontra na ocupação de cabeleireira/o, na qual, também de acordo com o Censo 2010, de um total de 687.244 cabeleireiras/os, 25,57% eram homens (175.761).

Com relação à prestação de serviços no setor da beleza, pode-se observar que esse é um ramo com dinâmicas próprias de trabalho. As ocupações de cabeleireiro/a, manicura, pedicure, barbeiro, esteticista, depilador(a) e maquiador(a) foram reconhecidas juridicamente somente em 2012, pela Lei nº 12.592. No entanto, a legislação não determinava nada sobre as relações trabalhistas dessas ocupações. Assim, a informalidade, que já era tradicional no setor, continuou marcando esse ramo dos serviços (Souza; Borges, 2020). Como nos mostram Dweck (1999) e Dweck e Di Sabbato (2006), até os anos 2000, a maioria desses profissionais trabalhava por conta própria ou era empregado sem carteira assinada.

A literatura em serviços do ramo da beleza (Oliveira, 2014; Souza; Borges, 2020) nos mostra que, mesmo nos casos em que essas trabalhadoras eram formalmente registradas pelo salão de beleza, o que acontecia, na realidade, era que as profissionais apenas assinavam receber o piso salarial da categoria, mas eram, de fato, remuneradas por comissão. Além disso, não possuíam direito a férias remuneradas nem 13º salário, e cabia a elas pagar pelos encargos trabalhistas que, teoricamente, deveriam ser garantidos pelo contratante.

Em 2016, através da aprovação da Lei nº13.352/2016 (a já mencionada Lei do Salão Parceiro), algumas mudanças formais ocorreram nas dinâmicas de trabalho no setor de beleza e cuidados pessoais. Essa lei foi implementada sob o discurso de que a relação que se estabelece entre as trabalhadoras e os salões de beleza é, na realidade, a de uma atividade autônoma (Souza; Borges, 2020). Assim, a partir da Lei do Salão Parceiro, regularizou-se a

⁵ Dado retirado, novamente, do Panorama do Setor de 2023, elaborado pela ABIHPEC. Disponível em: <https://abihpec.org.br/publicacao/panorama-do-setor/>. Acesso em: 31/10/2023

celebração de contratos de parceria entre os salões de beleza e as trabalhadoras que prestam serviços nesses locais – cujo registro passa a ser feito, comumente, pela figura do Microempreendedor Individual (MEI). Assim, formaliza-se a prática da remuneração por comissão, e as trabalhadoras desses estabelecimentos são vistas, oficialmente, como autônomas. Como podemos observar através da Tabela 3, houve, efetivamente, uma diminuição muito significativa no número de registros empregatícios formais entre as trabalhadoras de salões de beleza após a aprovação da lei (agrupamos os grupos de “manicures”, “cabeleireiros” e “maquiadores”⁶ para obter uma estimativa das profissionais que trabalham nesses estabelecimentos).

Tabela 3 – número de pessoas registradas com vínculo ocupacional de “manicure”, “cabeleireiro” e “maquiador” no Brasil na base de dados RAIS nos anos de 2015 e 2020

Ano	Nº de registros de “manicure”, “cabeleireiro” e “maquiador”
2015	60.880
2020	21.203

Fonte: elaboração própria, a partir de dados retirados da base RAIS

No entanto, várias especificidades do funcionamento dos salões de beleza fazem com que as exigências que os/as proprietários/as estipulam para suas trabalhadoras não estejam alinhadas a um trabalho de tipo autônomo. Souza e Borges (2020) apontam que há uma relação de emprego dissimulada, na medida em que as profissionais são subordinadas estruturalmente ao salão, ou seja: “ainda que, em alguns casos, as ordens de comando não sejam explícitas, se a(o) trabalhadora(or) não se adequar à dinâmica do salão de beleza, ela(e) não fará parte da equipe” (Souza; Borges, 2020, p. 11).

Mas, para além da questão normativa sobre o que é (e não é) um trabalho autônomo, o nosso interesse, aqui, é destacar que essas dinâmicas de trabalho geram um incômodo muito grande nas próprias trabalhadoras – fenômeno que pudemos identificar tanto na literatura quanto nas entrevistas com nossas interlocutoras. A questão de ter que cumprir com os horários de funcionamento do salão de beleza, principalmente, é algo muito desconfortável para essas profissionais, que se sentem injustiçadas já que não são remuneradas para manterem essa assiduidade. Há, assim, um incômodo que essas trabalhadoras experimentam no atendimento em salões de beleza, como nos relata a interlocutora Bárbara:

⁶ Teria sido importante, também, incluir a ocupação de depiladora, que está presente em muitos salões de beleza. Entretanto, esta não é abrangida pela base de dados RAIS.

O problema de salão é que (...) você é uma pessoa autônoma, porque você não tá ganhando um salário fixo para estar ali. E eles te contratam achando que você é um CLT. Porque no salão você tem que tá lá, tendo cliente ou não tendo. (...) Então passei por uns salões, mas nenhum deu certo por isso. Porque eles queriam que eu cumprisse horário, e eu não achava justo eu ter que cumprir horário sendo que eu não tô ganhando nada para estar ali (Bárbara, manicura pela Unique, 25 anos).

Em suma, ao tratarmos do setor dos serviços em beleza e cuidados pessoais, estamos diante de um conjunto de trabalhadoras que já viviam a informalidade e a precariedade na prática, e que passam a ter sua atividade regulada de forma precária a partir da Lei do Salão Parceiro. Aliás, Abílio (2017) considera significativo que essa lei, que acabou sendo uma “abertura legal da porteira para a uberização do trabalho no Brasil”⁷, tenha sido implementada justamente num setor com mão-de-obra majoritariamente feminina – considerando como o trabalho das mulheres é socialmente desvalorizado.

Para além das relações trabalhistas, se olharmos para a identidade profissional socialmente construída das trabalhadoras desse setor, como o fez Bufaiçal (2019), veremos que esse ramo possui vários aspectos alinhados à flexibilidade característica do capitalismo na contemporaneidade. Assim, estamos tratando de um setor em que a polivalência e a conduta empreendedora é muito presente. As profissionais procuram capacitar-se nas diversas áreas da beleza, sendo muito comum que uma manicura seja, ao mesmo tempo, designer de sobrancelha, depiladora, etc, ou então que ela realize, para além dos atendimentos, a revenda de produtos cosméticos (Gallon et al., 2016). Além disso, essa é uma classe já muito acostumada com algumas características do trabalho autônomo, como a já mencionada remuneração por comissão, e a responsabilidade de arcar com os custos do serviço.

1.3 Trabalho das manicuras

A ocupação de manicura compartilha das já mencionadas características do trabalho no setor de serviços em beleza, possuindo, porém, algumas especificidades. Como ilustramos, as manicuras são uma classe quase que totalmente feminina. Além disso, essa é uma ocupação que apresenta baixo prestígio social. Até mesmo dentro do salão de beleza, é possível notar esse desprestígio diante de outros profissionais nesse mesmo espaço de trabalho. Estabelece-se uma hierarquia em que, geralmente, os cabeleireiros homens ocupam uma posição de maior reconhecimento no salão, enquanto as manicuras mulheres têm seu trabalho desvalorizado (Arango Gaviria, 2011). A remuneração dessas trabalhadoras também reflete essa desvalorização:

⁷ Trecho presente em: <https://passapalavra.info/2017/02/110685/>. Acesso em: 30/10/2023.

a porcentagem da comissão varia entre manicures e cabeleireiras(os), sendo a das manicures, de maneira geral, menor – entre 30% e 40% –, enquanto a das cabeleireiras(os) entre 50% e 60%. Dessa forma, a remuneração das manicures permanece menor devido a essa porcentagem e ao valor cobrado pelos serviços de unha, que costumam ser menores que dos serviços de cabelo (Souza; Borges, 2020).

Atualmente, técnicas disponíveis no âmbito dos serviços de embelezamento de unhas permitem resultados diferentes do comum, como esmaltações mais duradouras (com esmalte em gel) ou o alongamento de unhas (em gel, fibra de vidro, acrílico, porcelana, etc.) realizado por *nail designers*⁸. No entanto, o serviço mais comum encontrado nos salões de beleza brasileiros é o que as manicuras denominam “manicure clássica”, e envolve, tipicamente: remover o esmalte antigo da unha; lixar as unhas; empurrar e/ou remover as cutículas; aplicar esmalte de base; aplicar esmalte de cor; remover excessos de esmalte ao redor das unhas; aplicar cobertura de extra brilho; e, geralmente, aplicar algum tipo de acelerador de secagem (como óleo ou *spray* secante).

Na lei que regulamenta a ocupação de manicura (a já mencionada Lei nº 12.592, de janeiro de 2012), não é exigida nenhuma formação mínima necessária para a realização desse serviço. Assim, em geral, grande parte do conhecimento e das técnicas que as manicuras utilizam nos atendimentos são saberes aprendidos “na prática” (Gallon et al., 2016). Como aponta Oliveira (2014), isso possui um impacto sobre o status dessa atividade, que acaba não recebendo socialmente o reconhecimento de uma profissão. Ao mesmo tempo, pesquisas na área da saúde apontam que seria importante a obrigatoriedade de uma formação mínima para essas trabalhadoras, visto que elas lidam diretamente com objetos cortantes e procedimentos que apresentam riscos à saúde, tanto das profissionais, quanto das clientes (Oliveira, 2014). Dessa forma, muitas delas não sabem dos riscos de contração de infecções como Hepatites B e C em seu trabalho, e não possuem conhecimento de como os materiais devem ser corretamente esterilizados para garantir que essas infecções sejam evitadas.

O trabalho das manicuras, porém, envolve muito mais do que apenas a decoração das unhas. Assim,

O que essas mulheres [clientes e manicuras] 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

⁸ É interessante notar a distinção que se estabelece dentro do próprio âmbito da beleza entre a ocupação de manicura e a de *nail designer*. Assim, enquanto a manicura é aquela que realiza a “manicure clássica”, a *nail designer* é alguém que passou por cursos de especialização para capacitar-se na aplicação de alongamento de unhas – procedimento que envolve equipamentos especiais e técnicas mais complexas. Pode parecer uma diferença mínima, no entanto, o preço do serviço de um alongamento de unha é significativamente maior do que o de uma manicure clássica. Desse modo, utilizar a nomenclatura *nail designer* diferencia a profissional das demais, na medida em que também agrega um conhecimento específico que não é acessível a todas as manicuras. Essa tentativa de distinção é interessante de ser observada, considerando como a ocupação de manicura é socialmente desvalorizada.

troca corporal, afetiva, com um resultado estético e de bem-estar psicológico e social (Oliveira, 2014, p.197).

Em outras palavras, para além dos aspectos técnicos envolvidos no serviço de manicure, a interação social que se estabelece entre cliente e manicura mobiliza as esferas subjetivas desses indivíduos, e, no caso do trabalho das manicuras, a relação social que se estabelece é parte essencial da atividade dessas profissionais.

Nesse sentido, torna-se importante abordar como essas questões subjetivas aparecem atreladas à ocupação de manicura, e o conceito de “trabalho emocional”, de Hochschild (1983), nos ajuda a lançar luz sobre essas questões. A autora define o trabalho emocional enquanto uma gestão das emoções que o indivíduo realiza durante o trabalho remunerado, procurando ocultar as emoções realmente sentidas e simular as emoções requisitadas por aquela situação profissional. Isso é o que acontece, por exemplo, no trabalho das aeromoças, que precisam transmitir segurança, conforto e cuidado para os passageiros do avião através de suas palavras, expressões faciais e corporais (Hochschild, 1983). Ao mesmo tempo, a autora aponta que isso pode resultar numa alienação do indivíduo com seus próprios sentimentos – uma dissonância emocional.

Podemos observar a presença do trabalho emocional no serviço das manicuras, na medida em que o atendimento também se constrói na interação entre cliente e manicura. Assim, faz parte das habilidades necessárias para as manicuras saber reconhecer as expectativas da cliente para essa interação, e conseguir adequar-se ao papel esperado – ou seja, se a cliente prefere ficar em silêncio ou se quer conversar, e, caso queira, como conduzir essa conversa de maneira agradável e acolhedora (Oliveira, 2014). Dessa forma, o trabalho das manicuras “requer o uso de técnicas cognitivas, corporais e expressivas para controlar as emoções próprias e produzir efeitos emocionais positivos na clientela” (Arango, 2015, p. 113, tradução nossa)⁹.

Faz parte, também, ocultar certas emoções para não deixar a cliente desconfortável. Assim, como no exemplo fornecido por uma interlocutora de Oliveira (2014), uma manicura não pode demonstrar o desconforto que sente ao cheirar o odor desagradável de chulé da cliente enquanto retira seu sapato. Nesse sentido, Kang (2003) chama a atenção para como esse trabalho emocional, no âmbito das manicuras, é, também, trabalho corporal. A importância de utilizarmos o conceito de trabalho corporal para analisar a atividade das manicuras se dá no sentido de que ele acrescenta dois aspectos à concepção de trabalho emocional de Hochschild (1983). Em primeiro lugar, chama a atenção para as dimensões

⁹ No original: requiere el uso de técnicas cognitivas, corporales y expresivas para controlar las emociones propias y producir efectos emocionales positivos en la clientela.

corporais do trabalho emocional, ou seja, como o toque físico e o contato entre corpos, no âmbito do serviço de manicure, também proporciona cuidado e acolhimento¹⁰. Além disso, enfatiza que a interação que se dá entre cliente e manicura acontece entre dois corpos com características específicas de classe, raça e origem, e que essas características influenciam a forma como o trabalho emocional da manicura ocorre com cada cliente específica (Kang, 2003).

Nesse sentido, analisar o trabalho das manicuras nos aproxima muito das análises sobre o trabalho do *care*. Há, efetivamente, um exercício de cuidado realizado pelas manicuras em relação às suas clientes, ainda que esse cuidado não seja em respeito a necessidades essenciais da natureza humana e que não se estabeleça uma relação de dependência – como acontece no caso do trabalho das cuidadoras de idosos e de crianças. Para as manicuras, o cuidado está presente mais no sentido de uma ética de trabalho (Oliveira, 2014). No entanto, vários elementos em comum entre o trabalho do *care* e das manicuras nos permitem utilizar dessa literatura para compreender melhor a atividade de manicurar – como a desvalorização, a feminização do trabalho e a mobilização das dimensões de classe, raça e origem.

Como abordamos, esses aspectos subjetivos do trabalho das manicuras se estabelecem na interação entre cliente e profissional. Entretanto, um fator que se mostra determinante na maneira como essa interação acontece é a relação de trabalho estabelecida, ou seja, a forma como o serviço da manicura é contratado e remunerado (Oliveira, 2014; Arango Gaviria, 2015). Assim, no Brasil, existem duas formas tradicionais de contratação do serviço das manicuras: no salão de beleza e a domicílio.

O salão de beleza tradicional apresenta as dinâmicas que já descrevemos na seção anterior. Assim, a manicura, mesmo sendo contratada enquanto autônoma, não possui controle sobre a própria agenda e está subordinada às decisões da/o proprietária/o do salão – há, portanto, uma triangulação realizada pelo salão na relação entre manicura e cliente. Além disso, como a remuneração é feita por meio de comissão, as pausas que seriam necessárias para alimentar-se, ir ao banheiro, alongar-se e hidratar-se são muitas vezes deixadas de lado se há a possibilidade de atender uma cliente (Gallon et al., 2016). Isso acontece de maneira ainda mais exacerbada no caso dos salões *express* e das esmalterias, já que o atendimento nesses estabelecimentos acontece, usualmente, sem horário agendado. Não por acaso, Arango

¹⁰ Kang (2003) menciona, por exemplo, a massagem que as manicuras costumam fazer nos pés ou mãos da cliente – algo que geralmente não é requisito para um serviço de manicure clássica, mas que, quando feito, provoca um estado de relaxamento e bem-estar na cliente. Esse toque corporal também constitui, portanto, uma forma de cuidado que a manicura efetua sobre a cliente.

Gaviria (2013) notou uma alta carga de estresse nesses estabelecimentos de atendimento rápido.

Já o atendimento a domicílio tradicional proporciona uma maior autonomia para a manicura, que pode cobrar o quanto acredita ser justo por seu serviço e montar sua própria agenda, escolhendo os horários de atendimento que preferir. Essa autonomia também permite que ela atenda somente as clientes que realmente deseja, evitando situações desagradáveis que costumam acontecer nos salões de beleza com clientes que lhe são antipáticas, e possibilitando uma maior conexão entre cliente e manicura (Oliveira, 2014). Por outro lado, o ambiente doméstico também apresenta algumas desvantagens, como a necessidade de deslocamento até a casa das clientes. Além disso, a manicura precisa submeter-se à temporalidade da cliente, já que muitas vezes estas interrompem o tempo de serviço da manicura para realizar tarefas pessoais (Oliveira, 2014) – como tirar a roupa do varal, alimentar os filhos, etc.

Para além dos salões e do atendimento a domicílio, no setor da beleza começaram a ganhar popularidade, na década de 2010¹¹, as já mencionadas esmalterias. Elas se diferenciam dos salões tradicionais na medida em que são especializadas no embelezamento das unhas, e que, como dissemos, realizam seus atendimentos sem agendamento. Fizemos, em 2022, uma pesquisa exploratória a respeito do fenômeno das esmalterias na cidade de São Carlos–SP e pudemos constatar que a dinâmica que se estabelece entre cliente e manicura nesses locais é bem mais impessoal do que nos salões de beleza tradicionais – já que a ausência de agendamento contribui para que não haja muita fidelização das clientes com manicuras específicas. Nesse sentido, pensamos que talvez as esmalterias estejam inseridas em um movimento maior dentro do setor da beleza que procura mudar a forma como esses serviços são realizados, tentando agilizar e impessoalizar os atendimentos. Os aplicativos de *delivery* de beleza ganharam destaque mais recentemente, e, como veremos, também possuem esse efeito. Inclusive, em 2020, a então diretora financeira da Unique afirmou em um podcast que a empresa busca promover uma forma de consumo *disruptiva* dos serviços de beleza.

Assim, nesse contexto mais recente, surge a possibilidade do atendimento por aplicativos, que mistura os aspectos tradicionais do trabalho das manicuras com características do trabalho plataformizado, resultando em dinâmicas novas para essas trabalhadoras. Também de acordo com a diretora financeira da empresa no já mencionado

¹¹ Informação presente em: <https://sebrae.com.br/sites/portalsebrae/artigos/esmalterias-um-negocio-em-franca-expansao-no-brasil.1fe8d62b2b886410vgnvcm1000003b74010arcrd>. Acesso em: 25 abr. 2022.

podcast, a busca pelo *delivery* de beleza aumentou muito durante a pandemia de COVID-19 – principalmente no período após as semanas iniciais, quando os salões de beleza continuavam fechados, mas os aplicativos funcionavam regularmente. Um atrativo do aplicativo apontado pela diretora, e que veremos mais adiante, é que a Unique possui um protocolo de biossegurança bastante rígido, o que transmitia segurança para que as clientes utilizassem os serviços da plataforma mesmo com o coronavírus em alta circulação pela sociedade. Esse cenário também incentivou muitas novas profissionais a aderirem à plataforma – é o caso de nossa entrevistada Mary, que só começou a atender pela Unique pois o salão em que trabalhava não pôde funcionar nos primeiros meses da pandemia.

Nos aplicativos, a relação entre manicura e cliente é triangulada, como no salão de beleza, porém, ela se realiza dentro do ambiente doméstico da cliente. Ademais, ainda que a plataforma não esteja presente fisicamente para fiscalizar o trabalho das manicuras¹², a empresa-aplicativo não deixa de exercer seu controle na mediação dessa relação. Todos esses aspectos serão abordados nos capítulos seguintes.

¹² Na verdade, como veremos, no caso das “administradoras ocultas” que se passam por clientes, haveria a presença física de uma representante da plataforma durante o atendimento – abordaremos essa questão no terceiro capítulo. Ainda assim, a dinâmica que se constrói é diferente da que encontramos no salão, em que a/o proprietária/o ou algum(a) gerente está presente ali enquanto fiscalizador explícito.

2. A PLATAFORMA UNIQUE E SUAS DINÂMICAS

Como veremos, as condições de trabalho nas plataformas não são homogêneas e variam muito conforme a plataforma digital específica. Nesse sentido, para que possamos entender a vivência das manicuras no trabalho plataformizado, precisamos entender mais sobre a Unique e as suas dinâmicas laborais. Portanto, na primeira seção deste capítulo, realizamos uma breve contextualização sobre a plataformização do trabalho e sobre o surgimento da Unique. Na segunda seção, exploramos mais a fundo as regras de funcionamento e as dinâmicas de trabalho na plataforma. Na terceira seção, olhamos, de maneira crítica, para a imagem de si que a empresa deseja projetar para a sociedade. Na quarta seção, nos voltamos à conexão afetiva entre manicura e cliente, e como a falta dela poderia significar um entrave para a prosperidade do *delivery* de beleza. Por fim, na última seção, descrevemos a situação atual da plataforma após a mudança de gestão, e como isso tem impactado as profissionais.

2.1 Plataformização do trabalho e surgimento da plataforma Unique

Nas últimas décadas as plataformas digitais têm permeado vários aspectos da vida social – o consumo, a sociabilidade, o lazer, etc. – e, ao adentrar o mundo do trabalho, elas alteram a sua organização e originam novas dinâmicas laborais. É importante ressaltar que a plataformização do trabalho representa, na realidade, uma continuidade do já mencionado processo de flexibilização e desregulamentação das relações de trabalho, o qual é anterior às plataformas digitais. No período pós-década de 1970, com a crise do modo fordista de acumulação, procurava-se, cada vez mais, aumentar a “flexibilidade dos processos de trabalho, dos mercados de trabalho, dos produtos e padrões de consumo” (Harvey, 1992, p. 140). Através dos recursos tecnológicos das plataformas digitais, essa flexibilização do trabalho é elevada a um novo patamar.

Srnicek (2017) define plataformas enquanto infraestruturas digitais que permitem a interação entre pessoas e grupos diferentes. Desse modo, no âmbito do trabalho, essas plataformas costumam colocar-se enquanto empresas de tecnologia, cuja função seria apenas a de intermediação, isto é, conectar prestadores de serviços a clientes interessados em contratar esses profissionais. Existem vários tipos de trabalhos plataformizados¹³, no entanto,

¹³Por trabalho plataformizado, entendemos trabalhos que são realizados por meio de plataformas digitais, seja dentro da própria plataforma ou apenas através dela (Woodcock; Graham, 2019). Assim, seguindo a tipologia de Woodcock e Graham (2019), haveria dois tipos de trabalho plataformizado: (1) o trabalho contratado através de plataforma que precisa ser realizado em uma localidade geográfica específica, como o *delivery* de comidas ou o transporte de passageiros; (2) o *cloudwork*, que envolve serviços digitais *freelancers*, como trabalhos de design e

tendo em vista nossos objetivos, iremos nos ater ao modo de funcionamento das plataformas digitais que requerem que o/a trabalhador(a) esteja em uma localidade geográfica específica (como, por exemplo, os trabalhos realizados através das plataformas IFood e Uber) (Woodcock; Graham, 2019).

A flexibilidade do trabalho proporcionada pelas plataformas digitais é propagandeada enquanto vantajosa e libertadora, tanto para trabalhadores/as quanto para empregadores. Para os/as trabalhadores/as, essa seria uma maneira acessível de conseguir trabalho, e que, ao mesmo tempo, permitiria (em tese) que o/a trabalhador(a) escolhesse quando, como e onde deseja trabalhar, empoderando pessoas vulneráveis a tornarem-se microempresárias (Woodcock; Graham, 2019; Slee, 2019). Para as empresas, por sua vez, por colocarem-se enquanto meras intermediárias entre oferta e demanda de serviços, eliminam-se os custos com encargos trabalhistas, já que as empresas se isentam de qualquer vínculo empregatício com os/as trabalhadores/as.

Isso, no entanto, também significa que os/as trabalhadores/as permanecem sem direitos e proteções trabalhistas, possibilitando a imposição, por parte das empresas, de condições de trabalho e remuneração precárias. Inclusive, nas plataformas digitais, os/as trabalhadores/as são remunerados/as por tarefa realizada, ou seja, eles/as permanecem sempre disponíveis para o trabalho, sem serem recompensados/as por esse tempo de “espera” – tornam-se trabalhadores/as *just-in-time* (Abílio, 2020).

Ademais, a ideia de que as plataformas realizam apenas a conexão entre profissional e cliente, e que esses prestadores de serviços seriam, portanto, autônomos (possuindo controle sobre seu próprio processo de trabalho), não condiz com a realidade. Assim, em verdade, as plataformas digitais exercem diversos mecanismos de controle¹⁴ sobre os/as trabalhadores/as, já que são as empresas que determinam a “distribuição do trabalho, sua precificação, quem será incorporado e, também, quem é desligado ou bloqueado nas plataformas” (Abílio; Amorim; Grohmann, 2021, p. 39).

Nesse cenário, e sob constante ameaça de exclusão do mercado de trabalho, os/as trabalhadores/as plataformizados/as precisam encontrar maneiras de gerenciar seu próprio trabalho de forma a adaptar-se às regras estabelecidas pela plataforma – as quais não são claras e estão sempre sujeitas a mudanças (Abílio, 2019). Desse modo, através das tecnologias das plataformas digitais e dos algoritmos, essas empresas conseguem transferir os custos e

programação, e também o microtrabalho, envolvendo tarefas pequenas – geralmente de treino de dados para inteligência artificial (Grohmann, 2020).

¹⁴ Os mecanismos de controle utilizados pelas plataformas, bem como a tensão entre autonomia e controle no trabalho plataformizado, serão temas abordados com maior profundidade no terceiro capítulo deste trabalho.

riscos do trabalho aos/às próprios/as trabalhadores/as, sem que isso signifique perda do controle sobre o trabalho ou diminuição de produção de capital (Abílio, 2020).

No Norte Global, a plataformização do trabalho aparece em um contexto pós-crise de 2008, num cenário com altas taxas de desemprego, em que, para muitas pessoas, submeter-se ao trabalho precário e plataformizado é a única forma de conseguir alguma renda (Srnicek, 2017). Considerando o histórico de emprego formal e estável que a população desses países vivenciou (principalmente no período do fordismo e do Estado de bem-estar social), no Norte Global, a plataformização entra no contexto da chamada *gig economy*, ou seja, uma economia dos “bicos” (Grohmann, 2020) – formas de trabalho que não eram tão comuns para a maioria da população nesses países.

Assim, como apontam Woodcock e Graham (2019), a plataformização do trabalho seria sentida “menos negativamente” pela população do Sul Global. Mas, mais do que isso, Abílio, Amorim e Grohmann (2021) ressaltam que a informalização e plataformização do trabalho em si é uma generalização do modo de vida das populações periféricas da América Latina. Ou seja, a informalidade, os trabalhos temporários (“bicos”), a viração e a ausência de direitos trabalhistas – tudo isso já é vivenciado pelas populações periféricas brasileiras há muito tempo, para as quais o “bom emprego” é a exceção, e não a regra (Grohmann, 2020; Rizek, 2006). Esse modo de vida periférico está sendo, portanto, propagado enquanto forma de flexibilizar cada vez mais as relações de trabalho nos países que viveram uma sociedade salarial plena.

Para além de variar conforme o país, a experiência do trabalho plataformizado também varia muito de acordo com as plataformas específicas. As empresas-aplicativo¹⁵ de transporte de passageiros, e, em especial, a Uber (em decorrência de suas grandes dimensões), são muito abordadas entre os estudos sobre plataformas digitais. Ademais, o *delivery* (com destaque para a empresa IFood, no Brasil) também é muito estudado no âmbito das plataformas. No entanto, as atividades de motoristas e entregadores não são as únicas abrangidas pelo trabalho plataformizado, e as dinâmicas de trabalho de outras plataformas, ainda que possuam semelhanças, diferem da gigante Uber.

Woodcock e Graham (2019) apontam, por exemplo, para a expressividade do trabalho doméstico plataformizado: os autores citam que a *Care.com* (plataforma de trabalho doméstico e de cuidado) possuía, em 2018, 12,7 milhões de trabalhadoras/es atuando pela plataforma espalhadas/os por 20 países, enquanto a Uber teria um total de 3,9 milhões de

¹⁵ Em consonância com Abílio, Amorim e Grohmann (2021), utilizamos o termo “empresa-aplicativo” por se tratar de uma empresa que, para os/as consumidores/as e trabalhadores/as, aparece no formato de um aplicativo.

trabalhadores naquele mesmo ano. Assim, Grohmann (2020) também salienta a necessidade de olharmos para plataformas digitais de trabalho para além da Uber, e assinala que o uso da expressão “uberização”, quando utilizada para descrever o processo de plataformização do trabalho, contribui para o apagamento das outras dinâmicas de trabalho existentes nas plataformas digitais.

Ao nos voltarmos às profissionais da beleza que trabalham por meio de plataformas digitais, nosso trabalho vai no sentido de investigar essas outras dinâmicas existentes dentro da plataformização. Considerando que esse é um trabalho realizado na casa da cliente, e que possui uma mão-de-obra majoritariamente feminina, encontramos diversos aspectos que aproximam as dinâmicas da plataforma Unique ao trabalho doméstico plataformizado. Além disso, nosso intuito é, também, observar como a questão do gênero aparece nesse âmbito do trabalho plataformizado – questão que, como aponta Vidigal (2021a), ainda não foi muito abordada dentro dos estudos sobre plataformização.

Com relação à plataforma a que decidimos nos dedicar, a Unique é uma empresa-aplicativo brasileira que se define enquanto um *marketplace* de serviços de beleza, ou seja, ela conecta clientes a prestadoras de serviços do ramo da beleza, o que inclui manicuras, maquiadoras/es, cabeleireiras/os, esteticistas, depiladoras e massagistas. A plataforma foi criada em 2015 e funciona, atualmente, nas cidades de Rio de Janeiro, São Paulo, Belo Horizonte e Brasília. As profissionais que atendem pela plataforma são referidas, pela própria empresa, enquanto “artistas” – um recurso muito utilizado pelas plataformas digitais para distanciar qualquer possibilidade de vínculo trabalhista entre a empresa e os/as trabalhadores/as (Vidigal, 2021a).

A plataforma surgiu no sentido de proporcionar uma nova maneira de consumir serviços de beleza no Brasil. Promovendo praticidade para suas clientes, a ideia era facilitar a rotina dessas mulheres para que pudessem ter a comodidade do atendimento a domicílio a qualquer momento, sem precisar adequar-se à agenda de determinado salão de beleza ou de alguma profissional específica. Através de preço dinâmico, a empresa afirma conseguir balancear a oferta e demanda dos serviços, evitando situações como as que acontecem nos salões de beleza, em que os horários de sexta-feira e sábado são muito concorridos, sendo preenchidos muito rápido. O serviço mais utilizado no aplicativo é o de manicure, e a empresa declara que seus valores de repasse para manicuras chegam a ser três vezes maiores do que nos salões de beleza. Desde a criação do aplicativo, surgiram outras plataformas que oferecem os mesmos serviços no Brasil, porém, nenhuma alcançou a dimensão da Unique, sendo ela a principal concorrente no setor (Fernandes; Almeida, 2022).

Para promover o aplicativo, a Unique se utiliza muito das redes sociais – algumas de nossas entrevistadas, inclusive, afirmaram que conheceram a plataforma através de anúncios direcionados no Instagram. A empresa realiza parceria com diversas personalidades famosas (como Deborah Secco, Narcisa Tamborindéguy, Carol Peixinho, etc.), que postam em suas redes publicidades utilizando os serviços da empresa – sendo comum as profissionais relatarem e postarem em suas próprias redes que já chegaram a atender alguns desses famosos. Ela também possui um estande nos aeroportos de Congonhas (São Paulo) e Santos Dumont (Rio de Janeiro), em que algumas profissionais realizam serviços como massagem e manicure para pessoas que estão viajando. Em geral, nos parece, portanto, que o público alvo do aplicativo são mulheres de classe média-alta – característica que condiz com as informações relatadas pelas entrevistadas.

2.2 Delivery de beleza: funcionamento da plataforma

Descreveremos, agora, as principais características do funcionamento da plataforma Unique – tanto para as clientes, quanto para as trabalhadoras. Nosso conhecimento sobre essas dinâmicas se deu através de três formas principais: a utilização do aplicativo enquanto cliente; a análise de dados das redes sociais e do site da empresa; as informações relatadas pelas entrevistadas. É importante ressaltar, entretanto, que em decorrência da dinamicidade das regras das plataformas digitais, e devido à sua constante alteração, é provável que boa parte dos aspectos sobre o funcionamento aqui descritos mude com o tempo. Inclusive, ao longo dos dois últimos anos em que temos acompanhado a plataforma Unique, pudemos notar algumas dessas mudanças. Ainda assim, é importante entender como se dá, de maneira geral, a gestão do trabalho dessas profissionais para que possamos compreender de que forma, a partir dessas dinâmicas, as trabalhadoras constroem suas percepções sobre autonomia e controle no trabalho – tema central de nossa investigação.

Para as clientes, o cadastro na plataforma é bastante simples e rápido: basta fornecer um email e alguns dados pessoais básicos (como nome, data de nascimento, telefone, etc.), não sendo necessário colocar qualquer foto de identificação ou documento (apenas na hora de adicionar um cartão de crédito como forma de pagamento o aplicativo exige um CPF, mas a cliente não precisa ser titular do cartão)¹⁶. Tendo se cadastrado, a cliente já pode pedir pelo

¹⁶ Acreditamos ser relevante apresentar esses tipos de informações pois, ainda que não tenhamos tomado conhecimento de relatos de falsidade ideológica por parte das clientes, percebemos que esse parece ser um ponto vulnerável dentro do aplicativo. Assim, acreditamos que não seria tão complicado uma cliente se passar por outra pessoa na plataforma. Isso é ainda mais importante se considerarmos como essas profissionais estão expostas ao atenderem as clientes dentro do ambiente privado das residências.

seu primeiro atendimento. Ela informa o endereço em que deseja ser atendida – não necessariamente sua casa, já que a plataforma também incentiva as clientes a realizarem serviços como o de manicure em seu ambiente de trabalho –, escolhe dentre os serviços existentes, informa uma janela de horário em que está disponível e solicita seu atendimento.

O preço a ser pago pela cliente varia conforme a proximidade do dia solicitado para o atendimento (sendo que, quanto mais próximo do dia, mais caro é o serviço), e também conforme a disponibilidade de horários da cliente¹⁷. Ademais, há um acréscimo caso a cliente deseje ser atendida por uma profissional específica. Algo que também incide sobre a variação do valor é o preço dinâmico, definido pela própria empresa da seguinte forma: “o app vai calcular o valor do pedido com base na quantidade de profissionais disponíveis no horário solicitado, no local de atendimento e na quantidade de pedidos solicitados nesse horário/região”. Caso ela tenha um cupom de desconto, este também influencia sobre o valor a ser pago. Ao que pudemos observar, em média, o valor cobrado pela Unique por um serviço de pé e mão solicitado com dois dias de antecedência, com agenda flexível, é de cerca de 70 reais.

Ao realizar o pedido, a cliente aguarda até que uma profissional aceite seu atendimento. Depois de aceite, o aplicativo então informa o horário, dentre aqueles que a cliente havia apontado, em que a profissional irá comparecer no endereço fornecido. A cliente também pode, a partir desse momento, acessar o perfil da profissional na plataforma, que possui as seguintes informações: nome completo; foto do rosto; quantos atendimentos a trabalhadora já realizou pelo aplicativo; qual a sua nota em “estrelas” (variando de 0 a 5, com uma casa decimal); há quanto tempo está cadastrada na plataforma; avaliações de clientes atendidas (pequenas frases com relatos sobre o atendimento); e o número que a profissional recebeu de cada “elogio”¹⁸. Próximo ao horário do atendimento, a cliente também pode acompanhar por um mapa a localização da profissional. Depois de finalizado o atendimento, a cliente pode escolher dar uma gorjeta através do próprio aplicativo, e também precisa avaliar

¹⁷ No aplicativo, há três categorias de disponibilidade de horário, apresentadas aqui em ordem crescente de valor cobrado pelo serviço: agenda flexível (quando a cliente dispõe de duas ou mais horas disponíveis para o atendimento); agenda apertada (quando o intervalo de tempo disponível é entre meia hora e uma hora e meia); imediata (quando a cliente precisa do serviço em até duas horas a partir do momento em que realiza o pedido).

¹⁸ O aplicativo possibilita à cliente escolher determinados “elogios” para padronizar a avaliação do atendimento, e o perfil da profissional indica o número que ela recebeu de cada um desses elogios. Os “elogios” disponíveis, no caso das manicuras, são: atendimento excelente; chegou no horário; educada/o; material limpo e organizado; muito simpática/o; ótimo papo; rápido atendimento; unhas perfeitas!. Por experiência própria e, através da literatura em serviços de beleza, podemos afirmar que esses “elogios” elencados refletem bem os critérios de avaliação das clientes sobre as profissionais. Também é importante notar que parte significativa desses critérios se refere a tarefas de trabalho emocional realizadas durante o atendimento, mostrando mais uma vez como essa é uma dimensão importante na atividade das manicuras.

a profissional em estrelas, escolher se quer dar algum dos “elogios” e se deseja escrever algo sobre o serviço.

Para as trabalhadoras o processo de entrada na plataforma não é tão simples. Elas precisam demonstrar interesse contatando a empresa através do WhatsApp e, quando houver disponibilidade para entrada de novas profissionais na plataforma, são realizados testes práticos de admissão¹⁹. Durante o teste das manicuras, elas devem realizar um serviço de manicure clássica em alguém, pintando uma unha de cada cor e fazendo uma unha com “francesinha”²⁰. Suas habilidades são avaliadas pela equipe de recrutamento da Unique e, caso cumpram com os requisitos e sejam aceitas, passam por um treinamento, em que recebem as orientações sobre o funcionamento e o padrão de atendimento da plataforma. Nesse momento, são habilitadas para realizarem atendimentos pelo aplicativo – tornam-se, oficialmente, “artistas Unique”.

Para montar sua agenda, as trabalhadoras acessam um mapa da cidade com todos os pedidos disponíveis. A cada pedido realizado pelas clientes da plataforma, as trabalhadoras recebem uma notificação em seu celular, sendo que as “artistas VIP” – que possuem média de avaliação superior a 4,85 estrelas e taxa de rejeição²¹ inferior a 2,7% – têm acesso aos pedidos com 15 minutos de antecedência com relação às demais.

Assim, as trabalhadoras organizam sua agenda aceitando os pedidos que desejam atender em qualquer lugar da cidade – algo que difere, por exemplo, da dinâmica das plataformas Uber e IFood, nas quais o trabalhador pode apenas realizar ou recusar o pedido específico que o algoritmo lhe disponibiliza. Ou seja, pensando em termos da tipologia de Woodcock e Graham (2019), na Unique a plataforma também exige que o trabalho seja realizado em uma localidade geográfica específica, no entanto, a trabalhadora pode escolher dentre uma quantidade de localidades disponíveis. Geralmente, pelo que pudemos verificar nas entrevistas, as profissionais preferem aceitar vários pedidos próximos entre si num mesmo dia (mesmo que eles não sejam tão perto do local de moradia da profissional), para evitar o desperdício de tempo no deslocamento entre um atendimento e outro – possibilitando realizar mais atendimentos em um único dia. A manicura Bárbara, inclusive, afirmou que sempre opta por clientes nos bairros de classe mais alta, pois sabe que nessas regiões as clientes costumam

¹⁹ Na cidade de São Paulo, que costumava ter uma sede da Unique, os testes eram realizados presencialmente, mas recentemente essa sede foi fechada. No entanto, os testes também podem ser realizados online, por meio de chamada de vídeo.

²⁰ A “francesinha” é um estilo de decoração das unhas muito demandado por clientes e que consiste, basicamente, de um esmalte mais claro (rosado ou translúcido) passado sobre toda a unha, e uma pequena faixa de esmalte branco aplicada nas pontas das unhas. Há variações da francesinha que envolvem outras combinações de cores.

²¹ A rejeição ocorre quando uma cliente sinaliza que não quer mais ser atendida por aquela profissional.

ter cutículas mais finas²², o que reduz o tempo gasto no atendimento e permite, novamente, encaixar mais pedidos em um mesmo dia.

As orientações para o atendimento são bastante extensas. As profissionais devem utilizar propé²³, touca e máscara para entrar na residência da cliente, e também precisam estar de calça preta e camiseta da Unique ou uma camiseta preta básica e o avental da Unique (tanto a camiseta quanto o avental não são fornecidos pela empresa, e precisam ser adquiridos pelas trabalhadoras). Para o atendimento, são requeridas as normas de biossegurança necessárias para evitar a transmissão de infecções, como o uso de luvas e equipamentos esterilizados em autoclave²⁴. Para conseguir iniciar o atendimento, a manicura precisa enviar uma foto do pacote lacrado com o alicate e a espátula, com a marcação de que foram esterilizados²⁵ – assim a empresa garante que todos os atendimentos são realizados dentro das normas de biossegurança.

Ademais, a empresa possui um “padrão de qualidade Unique de atendimento” que especifica que a profissional possua uma quantidade mínima de esmaltes (30 esmaltes de cores variadas), proíbe o uso de determinadas marcas de esmaltes e também alguns modelos de alicates e espátulas. Dentro do padrão de qualidade, as manicuras também são orientadas sobre algumas maneiras de se comportar. Assim, a empresa determina: “Ao chegar no atendimento, se apresente com um sorriso e cumprimente o cliente com simpatia”. Também a esse respeito, no Instagram da empresa, pudemos encontrar várias postagens com “dicas” de como agradar a cliente no atendimento – como identificar cada “tipo” de cliente²⁶, sugestões de tópicos de conversa, etc. Todas essas informações nos dão a dimensão do quão importante é o trabalho emocional na atividade das manicuras.

Ao final dos atendimentos, as profissionais devem dar uma nota para a cliente e informar se houve algum ocorrido relevante durante a realização do serviço. Mas é importante notar que, ao visualizarem um pedido de atendimento, as profissionais têm acesso somente ao nome e ao endereço da cliente – não possuindo a informação sobre sua nota. Ou seja, as

²² De acordo com Bárbara, as clientes dos bairros de classe mais alta quase sempre terceirizam o trabalho doméstico. Assim, elas não possuem muito contato com trabalho manual e produtos de limpeza, fazendo com que a cutícula dessas mulheres não “engrosse” muito.

²³ Propé é um equipamento (semelhante a uma “touca”) utilizado em calçados para evitar que qualquer sujeira que esteja no sapato seja levada para determinado ambiente que se deseja manter limpo – nesse caso, usado para evitar a propagação de sujeiras na casa da cliente.

²⁴ As próprias profissionais são responsáveis por esterilizar suas ferramentas de atendimento. Nas cidades de São Paulo e Rio de Janeiro, a Unique disponibiliza uma autoclave que as trabalhadoras podem utilizar gratuitamente.

²⁵ Ao passarem pelo processo de esterilização na autoclave, os pacotes específicos para esse procedimento sofrem uma alteração de cor, o que permite identificar que os utensílios foram realmente esterilizados.

²⁶ A empresa realizou uma tipologia das clientes para facilitar a identificação de suas personalidades e orientar sobre como se comportar em cada caso. Os tipos elencados foram: cliente pragmática, cliente analítica, cliente afável e cliente expressiva.

clientes podem cancelar um pedido com base na nota da trabalhadora, mas o contrário não é possível. Assim, a nota de cada cliente pode ser consultada apenas pela plataforma – o que acontece quando existe algum problema com uma cliente, e a nota é utilizada como forma de saber se essa cliente já apresentou problemas anteriormente.

Com relação à remuneração das profissionais, esta também varia a partir dos critérios já descritos na determinação do preço pago pela cliente (exceto os cupons, que não são descontados da comissão das trabalhadoras), com a adição de algumas outras variáveis. Antes de entrar nos detalhes, entretanto, é importante registrar que esse processo de definição da comissão é bastante confuso e opaco para as trabalhadoras, já que são muitos os fatores que incidem sobre essa variação. Essas regras também são mutáveis, assim, algumas informações que encontramos no guia de orientação da plataforma estão desatualizadas. Ademais, as profissionais não têm acesso à informação do valor que está sendo pago pela cliente (a não ser que perguntem diretamente, durante o atendimento) – o que dificulta que elas possam calcular o valor total que deveriam estar recebendo, tendo que confiar totalmente no repasse da empresa.

Assim como na determinação do preço pago pelo serviço, a disponibilidade da cliente e a urgência do atendimento são aspectos que influenciam na variação da remuneração. Isso também se segue com relação ao preço dinâmico, isto é, a partir da disponibilidade de profissionais no período indicado, sendo que, quanto mais escasso, mais caro será o serviço. As trabalhadoras também recebem um valor maior se a cliente pedir para ser atendida por uma profissional específica.

No entanto, existem “níveis de reconhecimento” que determinam o valor da comissão das trabalhadoras – ou seja, a porcentagem de repasse. Durante um tempo, houve quatro níveis de reconhecimento, mas, atualmente, eles foram reduzidos a dois níveis. O pertencimento a cada nível é definido pelo número de atendimentos que a trabalhadora faz em um mês, sendo que, para alcançarem o nível mais alto, são necessários, no mínimo, 65 atendimentos para manicuras e 34 para as demais profissionais.

Outro fator que pode alterar a quantia a ser recebida são as bonificações que a empresa disponibiliza. Assim, as entrevistadas relataram que quase todas as sextas-feiras e aos finais de semana, já tarde da noite, o aplicativo costuma anunciar uma “corridinha”, o que significa que todos os pedidos que as manicuras aceitarem a partir daquele momento, até o dia seguinte, possuem um bônus (de, geralmente, cerca de 10 reais). Por fim, algumas vezes, os valores dos pedidos sofrem alterações não previstas, o que costuma ocorrer quando uma cliente entra em contato com a empresa reclamando que nenhuma profissional aceitou o seu

pedido. Nesses casos, os/as funcionários/as intervêm no aplicativo, aumentando o valor a ser recebido pela trabalhadora (sem aumentar o preço para a cliente), como forma de motivar as profissionais a aceitarem o atendimento.

Quando indagadas sobre a remuneração que recebem por pedido, as entrevistadas afirmam que, em média, para um atendimento de pé e mão, recebem entre 36 e 40 reais, mas que esse valor pode chegar a até 200 reais em condições específicas²⁷. Elas relatam que, aos finais de semana, como a demanda é maior, o valor repassado também costuma ser um pouco maior. Entretanto, não parece haver muita clareza para as entrevistadas sobre a maneira exata como essa a variação na remuneração ocorre.

De qualquer forma, a maioria mostrou-se bastante insatisfeita com o valor recebido por atendimento, na medida em que, por precisarem arcar inteiramente com os custos de deslocamento e materiais, acreditam que seria justo receber uma remuneração um pouco maior por pedido. Como expressou Bárbara, ao ser questionada se achava que a remuneração no aplicativo poderia ser melhor:

Eu acho que sim. Eu acho, porque a maioria das clientes do aplicativo, a maioria, uns 90%, é classe média-alta, então eles tem dinheiro. E outra, tudo sai do meu bolso: o material é do meu bolso, o transporte... tudo, pra mim ainda ir atender na casa da pessoa, entendeu? Ela não precisou fazer nada, ela só precisou atender o interfone e me deixar entrar, entendeu? Então eu acho que eles poderiam cobrar um pouco mais caro delas e repassar um pouco mais pra gente (Bárbara, manicura pela Unique, 25 anos).

Assim, ainda que a porcentagem de repasse seja maior do que a da maioria dos salões de beleza, por ser um atendimento realizado a domicílio, envolve diversos custos que não existem no salão. Ademais, quando a manicura atende a domicílio de forma particular (fora do aplicativo), ela consegue, geralmente, o dobro do valor repassado pela Unique.

Caso as profissionais precisem se comunicar com a empresa, elas possuem alguns canais disponíveis: através de um chat dentro do próprio aplicativo da Unique (no qual a trabalhadora conversa com um(a) funcionário/a da empresa); conversando pelo WhatsApp com um(a) funcionário/a durante os horários de “plantão”; ou trocando emails com as diversas equipes da empresa (qualidade, atendimento, recrutamento, etc.). Além disso, quando as profissionais entram na plataforma, a empresa as coloca em contato com uma “artista-mentora”, isto é, uma profissional que já atende pela plataforma há mais tempo e que ajuda a trabalhadora com eventuais dúvidas sobre o aplicativo. Notamos que, para além do aplicativo e suas tecnologias, há uma grande quantidade de pessoas reais envolvidas no

²⁷ O valor de 200 reais de comissão para um atendimento de pé e mão nos foi relatado por Fernanda, situação que ela observou na ocasião de um dia de Natal. De acordo com a interlocutora, os feriados e, especialmente, o Natal, são datas em que esses valores sobem muito, pois muitas clientes desejam fazer a unha às pressas, assim, há muita procura mas não há muitas profissionais disponíveis.

funcionamento da plataforma, as quais intervêm quando algo no aplicativo não funciona como o esperado.

Por fim, outro fator que influencia a experiência de trabalho das profissionais na Unique é a rígida política de multas, suspensões e bloqueios da plataforma. Essas punições são previstas para determinadas infrações, como atraso ou desistência nos atendimentos, desrespeito às normas de biossegurança e tentativas de desintermediação (quando a profissional passa seu contato pessoal para a cliente com a intenção de atendê-la “por fora” do aplicativo). As punições variam desde multas de alguns reais até “encerramento de parceria”. Ademais, todas as infrações implicam em uma certa quantidade de “pontos” (um atraso de 15 a 30 minutos, por exemplo, significa adição de 3 pontos e uma multa de 5 reais), sendo que, se as profissionais acumulam mais de 31 pontos, a “parceria” é encerrada. É interessante notar também que a punição prevista para a realização de reclamações não-verídicas nas redes sociais e *Reclame Aqui* da empresa é, do mesmo modo, a de “encerramento da parceria” – o que demonstra uma grande preocupação por parte da Unique com a imagem que a empresa projeta nesses canais.

2.3 Discurso de si da empresa: promoção do empreendedorismo e empoderamento feminino

Essa preocupação com a imagem projetada nas redes sociais da empresa é algo muito notável no caso da Unique. De acordo com Grohmann et al. (2021), as mídias sociais das plataformas digitais são importantes elementos na comunicação dessas empresas e se mostram essenciais na disputa pelo significado social das plataformas. Assim, é nessas mídias que a plataforma procura definir para o público um sentido positivo de si, justificando sua necessidade e seu papel social (Grohmann et al., 2021).

No caso da Unique, a plataforma possui contas de Facebook, Instagram e YouTube, mas a maioria da comunicação acontece através do Instagram. Existem duas páginas da Unique no Instagram, uma dedicada à comunicação com as profissionais e a outra com as clientes. De maneira geral, a conta voltada às trabalhadoras costuma postar informes, dicas de atendimento, inspirações de cores de unha, relatos de trabalhadoras, etc. Já a página para as clientes possui, principalmente, postagens que procuram convencer a pessoa a contratar os serviços do aplicativo. Observando os conteúdos circulados pela Unique sobre ela mesma em suas redes, percebemos que duas questões principais permeiam o discurso de si que a plataforma deseja projetar: primeiro, a questão da plataforma enquanto uma *impulsionadora do empreendedorismo*; e segundo, o estímulo ao *empoderamento feminino*.

A divulgação do discurso empreendedor é algo comum entre as mídias das plataformas digitais, pois, ao mesmo tempo que elas se colocam enquanto um agente social que garante oportunidades aos mais vulneráveis, também reforçam a ideia de que a relação entre empresa e trabalhadores/as é de uma parceria entre iguais, não existindo vínculo empregatício (Grohmann et al., 2021). Assim, a racionalidade neoliberal (Dardot; Laval, 2016) é utilizada no discurso das plataformas para enfatizar que trabalhar por aplicativos é uma maneira de sair de situações de desemprego ou crise financeira, e, ao mesmo tempo, conquistar autonomia e liberdade (Grohmann et al., 2021). A ausência de vínculos e a possibilidade de trabalhar “onde e quando quiser” reforça a ideia de que o indivíduo é totalmente responsável pela gestão de seu trabalho (ele é sua própria empresa) – sendo, portanto, um meio favorável ao desenvolvimento das habilidades empreendedoras existentes dentro de cada um/a (Dardot; Laval, 2016).

Todos esses elementos estão presentes no discurso da Unique. No site da plataforma, aparece a seguinte afirmação: “Aqui na [Unique] você é empreendedora e tem a autonomia e liberdade de pegar quantos pedidos quiser e onde e quando quiser”. Ademais, a empresa possui, em sua conta de Instagram para as profissionais, uma coleção de posts que leva o nome de “Quem avisa artista é”, em que publica relatos das profissionais sobre a experiência de atender pela Unique. Considerando que as narrativas são selecionadas pela própria empresa antes de serem postadas, ao analisarmos esses relatos podemos identificar a imagem que a empresa deseja projetar de si, bem como o perfil de trabalhadora que a plataforma valoriza.

Todos os relatos da coleção reforçam a ideia de que a empresa realiza o papel social de dar oportunidades às trabalhadoras para conquistarem independência financeira, liberdade e autonomia. São várias as histórias de superação e de conquistas materiais retratadas nessa coleção, que enfatizam uma meritocracia típica do discurso empreendedor. Assim, uma das profissionais afirma: “A dica é você trabalhar e se dedicar, para quem se dedica na [Unique] não existe limite, obstáculo ou barreira que pare. Se você tem um sonho, foque nele que através de seu esforço você vai conseguir!”. A ideia de “trabalhar por amor” também é muito evocada nos relatos, evidenciando que o perfil de profissional que a empresa valoriza é o daquela pessoa que “dá tudo de si” e se envolve subjetivamente com o trabalho.

O co-fundador da Unique e, na época, diretor de operações da empresa, contou sobre o processo de criação da plataforma em um podcast sobre negócios e mercado financeiro (o episódio foi postado em agosto de 2022). Em seu relato, ele afirmou que, quando a Unique surgiu, sua missão principal era facilitar a rotina das clientes com essa nova maneira de consumir os serviços de beleza. No entanto, quando a equipe de gestão da empresa percebeu

como as condições de trabalho da plataforma estavam melhorando a vida das trabalhadoras – garantindo-lhes liberdade e independência –, o propósito da Unique mudou. Ele declara: “grande parte do time hoje em dia está acordando todo dia de manhã porque a gente sabe da importância que a gente tem na vida das profissionais que trabalham com a gente, porque a gente realmente muda a vida delas”. Na fala do membro da empresa, é possível identificar, o tempo todo, um discurso que visa transmitir a ideia de que a plataforma se importa muito com as trabalhadoras e com sua qualidade de vida, e que é através das oportunidades que a plataforma oferece que essas profissionais estão tendo suas vidas transformadas.

Nesse mesmo sentido, algo que chama muito a atenção nas redes sociais da Unique é a forma como o gênero é mobilizado para colocar a plataforma enquanto uma agente do empoderamento feminino. Assim, visto que a grande maioria das profissionais que atendem pela plataforma são mulheres, algo que está sempre presente no discurso da Unique é a maneira como a empresa possibilita que essas mulheres *conciliem* o trabalho produtivo com o trabalho de reprodução social. No site da plataforma, há o seguinte relato de uma trabalhadora:

Quando resolvi sair do salão e trabalhar por conta própria, não imaginava que a [Unique] poderia me proporcionar tantas coisas boas. Por conseguir fazer minha agenda eu me dedico mais como mãe, filha e ainda tenho tempo para mim. Fico feliz em poder ajudar outras pessoas a otimizar seu tempo com o meu trabalho! Eu amo muito o que eu faço.

No mesmo episódio de podcast já mencionado, o co-fundador também afirma que mais de 50% das profissionais cadastradas na plataforma são mães, e que a questão (que já abordamos no capítulo anterior) de ter que cumprir com a assiduidade e os horários estabelecidos nos salões de beleza é algo que dificulta que essas mulheres cuidem de seus filhos. Assim, a liberdade de montar sua própria agenda é o principal aspecto citado, tanto nos relatos das profissionais no Instagram, quanto no discurso do co-fundador, enquanto a maior vantagem de trabalhar através da Unique. Conclui-se, a partir disso, que faz parte dos propósitos da empresa propiciar essa “liberdade” para que as trabalhadoras possam se dedicar ao trabalho de cuidado.

Ao mesmo tempo, o relato sobre a trajetória de Roberta com o trabalho através da plataforma nos fez refletir sobre até que ponto as trabalhadoras realmente têm liberdade para escolherem sua própria carga horária e se dedicarem ao trabalho de cuidado. Roberta começou a atender pela Unique após ter deixado o salão em que trabalhava, já que a carga horária no estabelecimento era muito estressante. Ela relatou que sua experiência com o atendimento pelo aplicativo foi muito positiva, justamente porque conseguia fazer seus

próprios horários, almoçar e realizar atendimentos próximos de sua residência – o que permitia que ela tivesse tempo para cuidar de seus filhos.

No entanto, quando Roberta engravidou em 2022, precisou parar de trabalhar por alguns meses, enquanto passava pela gestação e cuidava do filho recém-nascido. Ao tentar voltar a atender pelo aplicativo, viu que a plataforma a havia desligado por ter permanecido muito tempo inativa. Mesmo depois de Roberta explicar que parou de pegar pedidos em razão de sua gestação, a plataforma não reintegrou a trabalhadora, alegando que não havia novas vagas (ainda que Roberta afirme saber que isso não seja verdade). Isso porque as profissionais precisam cumprir com um mínimo de dois atendimentos por mês para manterem-se ativas na plataforma. Entretanto, isso levanta a questão de como uma mulher que está grávida, ou seja, que está literalmente realizando o trabalho de reprodução social, poderia continuar atendendo todos os meses ininterruptamente. Esse questionamento é muito importante se considerarmos que as trabalhadoras da plataforma são quase que exclusivamente mulheres.

A suposta liberdade para conciliar o trabalho produtivo e de cuidado é, assim, relativa. Na realidade, nota-se uma valorização de um perfil específico por parte da empresa, isto é, o perfil da trabalhadora com conduta empreendedora, que doa tudo de si para o trabalho produtivo, a todos momentos, para conseguir obter o máximo rendimento possível. As trabalhadoras que não apresentam essa conduta, ou que têm outras prioridades para além do trabalho produtivo, sofrem maior rejeição por parte da plataforma – como o que houve com Roberta.

2.4 A relação impessoal entre manicura e cliente: possível dificuldade para o serviço de manicure plataformizado?

Como já mencionamos, a forma de contratação do serviço de manicure influencia diretamente na maneira como se dá a interação entre cliente e profissional. Assim como apontado por Oliveira (2014), no Brasil, os atendimentos que acontecem através da triangulação de um agente externo (para além da cliente e manicura) deixam a profissional mais sujeita à dissonância emocional – como descrita por Hochschild (1983). Isto é, as manicuras que atendem em salões precisam se desconectar mais de seus próprios sentimentos para conseguir exercer o trabalho emocional requerido pela situação. Dessa forma, Oliveira (2014) também notou que as manicuras que atendem a domicílio (de forma particular, sem intermediação) sentem uma abertura maior para expressarem seus sentimentos genuínos. Ademais, existe uma maior ocorrência de dissonância emocional quando a cliente é de classe alta, pois a necessidade de subserviência é maior (Arango Gáviria, 2011; Oliveira, 2014).

Em geral, entretanto, o ramo dos serviços em beleza mostra o contrário do que comumente é afirmado pelos estudos sobre trabalho emocional – isto é, que o trabalho emocional é fonte de dissonância emocional (Oliveira, 2014). Assim, nesse ramo, muitas vezes o trabalho emocional torna-se ele mesmo uma fonte de satisfação pessoal para o/a trabalhador(a) (Oliveira, 2014). Desse modo, quando o cuidado e o afeto que são investidos pela manicura no atendimento são correspondidos pela cliente, e quando a profissional percebe que provocou um estado emocional positivo na cliente, o trabalho emocional realizado torna-se motivo de prazer pessoal. No entanto, esse fenômeno ocorre com maior frequência quando a manicura atende clientes sem uma intermediação (Oliveira, 2014) – já que, assim, ela pode escolher as clientes que deseja atender, geralmente o atendimento ocorre em um ambiente mais íntimo e a clientela costuma ser mais regular (o que permite que a profissional já conheça o gosto estético da cliente e a forma como ela deseja ser tratada durante o atendimento).

Na Unique, entretanto, existe um esforço ativo por parte da plataforma para impedir uma aproximação muito grande entre cliente e manicura, pois a empresa teme que elas passem a contratar o serviço “por fora” do aplicativo (a chamada desintermediação) (Abílio, 2021). Assim, além de prever a punição de “encerramento da parceria” caso a manicura passe seu contato para a cliente, como mencionamos, a Unique também cobra mais caro caso a cliente deseje ser atendida pela mesma profissional. Ademais, algo que parece deixar as manicuras desconfortáveis durante os atendimentos pela Unique (impedindo a aproximação com as clientes) é a ameaça de estar, o tempo todo, sendo observada por uma representante da plataforma – as chamadas “administradoras ocultas”, isto é, funcionárias da empresa disfarçadas de clientes comuns. Abordaremos essa questão das administradoras ocultas com maior profundidade no terceiro capítulo, entretanto, fica claro que o ambiente de atendimento na plataforma não é muito confortável para as manicuras.

De fato, quase todas as entrevistadas afirmaram que a relação que se estabelece com as clientes do aplicativo é mais distante do que a que acontece no salão de beleza e, principalmente, no atendimento a domicílio particular. Várias relataram sentir uma “frieza” maior na relação com as clientes da Unique, o que gera um incômodo nessas profissionais. Assim, como nos conta Silvana:

Olha, as clientes da [Unique], elas são mais reservadas... isso eu já reparei. Eu não sei se é pelo fato de não ser sempre a mesma manicure, né, [...] mas já aconteceu comigo de eu entrar na casa da cliente e só ter um bom dia e tchau. [Ela] não abria a boca pra falar nada (Silvana, manicura pela Unique, 41 anos).

Em contraste, a conexão entre a manicura e a cliente que é atendida no particular é muito mais próxima de uma relação de amizade. Desse modo, Graziela menciona:

Ah, as clientes que eu atendo por minha conta a relação é bem melhor, algumas são minhas amigas hoje! Pelo aplicativo é mais “frio”... nós também temos que ser mais “frias”. [...] Agora, pra você ter noção, eu sou madrinha da filha de uma cliente [particular], a menina tem 11 anos hoje, a mãe é minha cliente há 15 (Graziela, manicura pela Unique, 43 anos).

Nos termos colocados por Oliveira (2014), quando a cliente não interage com a manicura – ou melhor, age com *indiferença* – anula-se a subjetividade da manicura, e a sua existência enquanto pessoa constituinte daquela interação é apagada. Desse modo: “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” (Oliveira, 2014, p.174). E, pelo que pudemos observar, essas situações de invisibilidade da profissional parecem ser mais comuns no atendimento por aplicativo do que nos salões de beleza – e, com certeza, são muito mais comuns do que no atendimento a domicílio de forma particular. Um outro fator que contribui para que isso aconteça é que, no aplicativo, as clientes podem solicitar o serviço em qualquer ambiente. Assim, algumas manicuras atendem clientes em escritórios, por exemplo. Nesses casos, a cliente não dedica sua atenção e tempo inteiramente ao atendimento, e a manicura precisa adaptar-se para conseguir realizar o serviço sem atrapalhar o trabalho da cliente.

Para as manicuras, portanto, fica claro que a satisfação emocional sentida no atendimento realizado no serviço particular é muito maior do que nos atendimentos feitos pelo aplicativo. A plataforma não consegue replicar – ou melhor, ativamente impede que aconteça –, portanto, um aspecto essencial do trabalho das manicuras, isto é, a relação intersubjetiva que se constrói na interação entre cliente e trabalhadora. Como pontuou Vidigal (2021a), isso pode ser um impeditivo para que a plataforma dessa atividade perdure, mas também é possível que a necessidade por sobrevivência material imediata fale mais alto do que a perda de satisfação pessoal no trabalho.

2.5 Estado atual e perspectiva futura da plataforma

Apesar dessa aparente insatisfação das profissionais nas interações com as clientes do aplicativo, a Unique, até o momento em que elaboramos nosso projeto de pesquisa, se mostrava uma plataforma muito popular e em ascensão. Entretanto, quando começamos a realizar as entrevistas, notamos que as interlocutoras se referiam a uma certa mudança na plataforma (para pior) a partir do início de 2023.

Antes disso, em 2022, a empresa já havia sofrido um contratempo, ao tentar expandir o aplicativo para Campinas-SP e não conseguir estabelecer-se. Todas as manicuras que entrevistamos atendiam pela Unique na cidade de São Paulo, no entanto, uma delas (Carla) havia trabalhado pela plataforma em Campinas, quando o aplicativo ainda funcionava na cidade. Seu relato nos fez pensar um pouco mais sobre a dificuldade de uma plataforma se consolidar quando ela ainda está em crescimento, isto é, quando ainda não possui uma multidão de trabalhadores/as que estão a todo momento disponíveis e dispostos/as a trabalhar através dela (Abílio, 2020).

Carla é atendente de farmácia, e começou a prestar serviço como manicura para conseguir uma renda extra. Depois de realizar cursos e praticar as técnicas do ofício, iniciou o atendimento de clientes a domicílio de modo particular e, posteriormente, através da Unique. Ela relata que atendia pelo aplicativo mais no intuito de adquirir experiência, já que era relativamente iniciante nessa área. Gostou muito de trabalhar pelo aplicativo, especialmente pela possibilidade de conciliar os horários de seu emprego fixo e os atendimentos enquanto manicura. Por isso, afirma ser uma pena a plataforma não ter tido êxito em sua cidade.

De acordo com Carla, as clientes da cidade aderiram bastante ao aplicativo – as profissionais, por outro lado, nem tanto. A manicura cita alguns possíveis motivos para que isso tenha acontecido, sendo, um deles, a remuneração relativamente baixa que não incentivava manicuras experientes a aderirem à plataforma. Nas palavras da manicura: “pelo aplicativo o valor era bem desvalorizado, mas, no momento, era a experiência que eu precisava... não era tanto pelo dinheiro”. Ademais, a dificuldade de locomoção pela cidade prejudicava os atendimentos – Carla possui moto, o que permitia que se deslocasse com maior facilidade.

Independentemente do motivo que impediu a adesão das profissionais da beleza de Campinas à plataforma Unique, o fato é que, mesmo que o aplicativo receba muitos pedidos, sem uma quantidade significativa de trabalhadoras, a empresa não tem como funcionar. Para que uma plataforma digital seja bem-sucedida e consiga consistentemente fornecer o serviço que se propõe, é necessário, inclusive, que o número de pessoas trabalhando seja maior do que o número de pedidos. Ela precisa, assim, de uma multidão de trabalhadores/as engajados/as e sempre disponíveis ao trabalho, que possam ser mobilizados/as conforme a demanda da empresa – prática que ficou conhecida como *crowdsourcing* (Abílio, 2020).

Em uma cidade do interior, em que a quantidade de mão-de-obra disponível é menor, torna-se mais difícil fazer prosperar uma plataforma digital não tão conhecida. A Uber, por exemplo, conseguiu ser bem-sucedida em cidades do interior, mas na medida em que já tinha

se consolidado em várias capitais do país (Tozi, 2020), e que já possuía uma fama que atraía usuários/as para a plataforma com mais facilidade. No caso de um aplicativo ainda em crescimento, como a Unique, há uma dificuldade de estabelecer o *crowdsourcing*, especialmente em cidades menores.

No entanto, até mesmo nas capitais, em que a plataforma já parecia ter se consolidado, a Unique aparenta estar enfrentando dificuldades. Bárbara foi a primeira a nos relatar que sentiu mudanças na demanda de pedidos do aplicativo. Quando perguntamos se ela possuía alguma insegurança em trabalhar por aplicativo, ela nos disse:

Sempre tive muito medo da Unique falir, porque eu adoro trabalhar na Unique pelo fato de que eu tenho a minha liberdade. E de um mês pra cá têm caído muito os pedidos, a frequência de pedidos... sempre teve muitos. Agora caiu muito. Eu acredito que depois que a [empresa brasileira de cosméticos²⁸] comprou, eles aumentaram os valores e as clientes não estão mais querendo usar o aplicativo. Aí, de mais ou menos um mês pra cá tá muito fraco, sabe? De pedidos. Tanto é que hoje eu tô em casa, não trabalhei hoje. [...] Então a minha insegurança é essa. Que, de mais ou menos um mês e meio pra cá, tem ficado muito fraco o aplicativo. Antes eu conseguia fazer quase 3000 numa boa, assim, sem trabalhar muito, sabe? Tranquilamente. Agora, pra fazer 1700, 2000, é suando... ralando pra caramba (Bárbara, manicura pela Unique, 25 anos).

Também vimos vários comentários nas redes sociais da empresa nesses últimos meses reclamando sobre como a mudança de gestão alterou as dinâmicas da plataforma para pior. As profissionais se queixam de que a empresa não confere a mesma atenção às trabalhadoras como a gestão antiga: não há mais premiações para a melhor “artista” do ano; a comunicação com a empresa tornou-se mais difícil; o novo método de pagamento é complicado e muitas vezes atrasa o recebimento do dinheiro; etc. As clientes também têm se queixado nas mídias sociais, apontando, principalmente, a dificuldade em conseguir que uma profissional aceite o pedido realizado pelo aplicativo.

Através de Fernanda – uma das últimas entrevistas que conduzimos –, soubemos um pouco melhor os bastidores das mudanças que têm ocorrido na empresa. Ela nos contou que, de fato, no final de 2022, a Unique foi vendida a uma grande empresa de cosméticos brasileira. A partir de então, diversos/as funcionários/as da Unique (que administravam as equipes de recrutamento, qualidade etc.) foram demitidos/as; a sede presencial da empresa em São Paulo foi fechada; o número de pessoas administrando o chat para as profissionais diminuiu muito (o que se reflete na dificuldade de comunicação); e, realmente, a quantidade de clientes demandando serviços através do aplicativo diminuiu drasticamente.

No entanto, a empresa não se comunicou claramente com as profissionais, instalando uma insegurança generalizada entre as trabalhadoras. Fernanda nos conta que as manicuras

²⁸ Optamos por censurar o nome da empresa que adquiriu a Unique para evitar a associação à empresa real envolvida.

que trabalhavam exclusivamente pela plataforma (que, de acordo com ela, eram várias), começaram a ter muita dificuldade de conseguir uma renda razoável somente com o atendimento pelo aplicativo. Vários boatos sobre um possível fechamento da empresa surgiram, deixando muitas profissionais extremamente preocupadas. Muitas, como Fernanda, pararam de atender exclusivamente pelo aplicativo, retornando ao atendimento por outras formas tradicionais.

Infelizmente, como nossa fase de trabalho de campo estava se encerrando, não conseguimos obter mais informações sobre o estado atual da plataforma. Através de suas redes sociais, a Unique parece estar passando por uma reestruturação: a identidade visual da marca sofreu alterações e foi anunciada a abertura de uma nova sede presencial (dessa vez, no Rio de Janeiro). Mas a frequência de postagens também diminuiu muito, e as reclamações nos comentários (tanto da parte das clientes, quanto das profissionais) não param de surgir.

3. AUTONOMIA E CONTROLE: A EXPERIÊNCIA DAS TRABALHADORAS COM A PLATAFORMA

Tendo compreendido melhor a ocupação das manicuras, a posição social que elas ocupam no mercado de trabalho e a forma de funcionamento da plataforma Unique, podemos agora nos dedicar a entender a vivência que as profissionais possuem com o atendimento por aplicativos. Assim, neste capítulo, nos concentramos em responder à nossa pergunta de pesquisa, isto é: “como as trabalhadoras da beleza que atendem por aplicativo percebem a sua autonomia no trabalho e as formas de controle a que estão submetidas?”. Para tanto, primeiramente realizamos um breve panorama do debate sobre autonomia e controle na Sociologia do Trabalho. Depois, entramos propriamente nas percepções sobre formas de controle e de autonomia que as entrevistadas abordaram em seus relatos. Por fim, considerando que a atividade das manicuras se constrói em grande parte na interação com as clientes, nos dedicamos a olhar um pouco mais para as dinâmicas dessa relação cliente-manicura através do aplicativo.

3.1 Autonomia e controle: breve panorama do debate

Desde o início do capitalismo, uma das preocupações centrais dos empregadores é a busca por maneiras de melhor gerenciar o processo de trabalho e exercer controle sobre a mão-de-obra. Assim, como descreve Braverman (1987), na medida em que os/as trabalhadores/as vendem sua força de trabalho enquanto um período de tempo dedicado à produção (e não uma quantidade fixa de trabalho em si), a maneira como o capitalista decide organizar o uso dessa mão-de-obra no processo de trabalho determina, em grande parte, a produtividade que a empresa alcançará. No período fordista, esse gerenciamento se dava a partir da organização taylorista da produção – isto é, com um *controle* minucioso sobre os tempos e movimentos dos/as trabalhadores/as (Braverman, 1987). Além disso, as garantias sociais proporcionadas pelo emprego estável e protegido promoviam o engajamento dos/as trabalhadores/as no processo de produção.

Porém, com a crise do regime de acumulação fordista por volta da década de 1970 e a passagem para a “acumulação flexível” (Harvey, 1992), essas dinâmicas alteraram-se. Como já mencionamos anteriormente, a partir de então, entra em curso um movimento de crescente desregulamentação e flexibilização das relações de trabalho. Consequentemente, as formas de gerenciamento do processo de trabalho também passaram por mudanças. Ao mesmo tempo, esse movimento foi acompanhado por novos padrões sociais e culturais.

A progressiva retirada do Estado da economia transfere a responsabilidade de reprodução social inteiramente ao indivíduo. Desse modo, cabe a cada um garantir sua empregabilidade dentro do mercado de trabalho, através da tomada de uma postura empreendedora frente aos desafios apresentados pelo capitalismo. Assim, no discurso corrente, o risco, o desemprego e a instabilidade, característicos do atual mundo do trabalho, são naturalizados (Machado da Silva, 2002). Em consonância com essa individualização, no âmbito discursivo, os ideais de *autonomia* e liberdade no trabalho são impulsionados como forma de engajar os/as trabalhadores/as no processo capitalista de acumulação (Boltanski; Chiapello, 2009). Assim, o controle deixa de ser exercido de maneira tão direta e externa – como no taylorismo –, e torna-se obrigação do indivíduo realizar uma autogestão de seu próprio trabalho. O ideal de autonomia, portanto, se traduz na necessidade de *autocontrole*.

Nesse sentido, Dardot e Laval (2016) enxergam que a cultura atual do trabalho é pautada no neoliberalismo enquanto uma racionalidade – isto é, um sistema normativo, que consegue mobilizar a própria subjetividade dos indivíduos em favor do capitalismo. O neoliberalismo promove a ideia de que cada um é uma empresa a nível individual, generalizando a concorrência de todos contra todos. Assim, o engajamento dos indivíduos no processo de produção de capital se dá sem necessidade de coerção externa, na medida em que a racionalidade neoliberal orienta a conduta dos indivíduos para se comportarem de maneira empreendedora em uma economia de mercado (Dardot; Laval, 2016).

Nesse contexto, Laval (2021) afirma que a plataformização do trabalho aparece enquanto uma combinação entre a racionalidade empreendedora e as tecnologias digitais. Como descrevemos no segundo capítulo, as plataformas digitais permitem administrar uma multidão de trabalhadores/as distantes entre si sem perder a capacidade do controle sobre eles/as (Abílio, 2020). Ademais, essas empresas se colocam enquanto intermediárias entre oferta e procura de serviços, de tal modo que os/as trabalhadores/as plataformizados/as são definidos/as enquanto autônomos/as. Considerando como os mecanismos de controle utilizados pelas plataformas são apresentados de forma obscura, borram-se ainda mais os limites entre a autonomia e o controle para os/as trabalhadores/as.

Em vista disso, nesses últimos anos, vários/as autores/as da Sociologia se dedicaram a compreender quais as formas de controle sobre o trabalho exercidas pelas plataformas digitais – isto é, como elas organizam o processo de trabalho. Nesse sentido, Woodcock (2020) aponta para a importância do gerenciamento algorítmico no controle dessa mão-de-obra. Assim, através dos algoritmos, as empresas automatizam a gestão do trabalho, e, por meio de mecanismos como preço dinâmico, bonificações, desafios, ranqueamentos e punições (Abílio;

Amorim; Grohmann, 2020), as plataformas conseguem administrar essa massa de trabalhadores/as.

Do ponto de vista dos/as trabalhadores/as, esses mecanismos frequentemente não são encarados enquanto formas de controle sobre o seu trabalho – causam, na verdade, um engajamento ainda maior dos indivíduos com o processo de trabalho. É nesse sentido que se coloca a *gamificação* do trabalho, isto é, a utilização de elementos dos jogos na gestão do trabalho (Woodcock, 2021). Assim, o reforço positivo realizado através dos bônus, premiações, pontuações, desafios, ranqueamentos, etc., é utilizado pelas plataformas conforme necessário, ou seja, quando não há trabalhadores/as suficientes disponíveis para atender às demandas dos/as clientes/as do aplicativo (Vidigal, 2021b). Desse modo, mobilizam-se mecanismos psicológicos que deixam o/a trabalhador(a) entusiasmado em trabalhar mais, na esperança de ser recompensado, de “vencer” (Vidigal, 2021b).

Ademais, a constante coleta de dados realizada através dos dispositivos móveis dos/as trabalhadores/as permite às plataformas digitais replicarem a figura dos “supervisores”, fazendo com que os indivíduos fiscalizem seu próprio trabalho – intensificando a tendência neoliberal à autogestão. Constituiria-se, assim, um “panóptico algorítmico”, que internaliza nos/as trabalhadores/as a vigilância em favor do capital (Woodcock, 2020).

Do mesmo modo, Woodcock (2020) nos explica como o modelo de remuneração por peça adotado em algumas fábricas também faz com que os indivíduos introjetem essa busca pela produtividade – a qual beneficia, em última instância, a empresa. Assim, em plataformas como Uber, IFood e Unique, em que os/as trabalhadores/as são remunerados/as por serviço realizado (muito similar à remuneração por peça), temos uma dupla autovigilância atuando no interior dos indivíduos: (1) a consciência de que suas performances estão sendo continuamente registradas e avaliadas pelos algoritmos; e (2) a procura por aumentar a remuneração atendendo o máximo de pedidos possíveis.

Por isso, Abílio (2019) afirma que a atividade dos/as trabalhadores/as plataformizados/as, longe de ser empreendedorismo, constitui, na realidade, um “autogerenciamento subordinado” – isto é, há uma terceirização do gerenciamento do trabalho para o/a próprio/a trabalhador(a). Isso, no entanto, não significa que ele/a se aproxime, por isso, à figura do gerente, e que possua controle sobre seu processo de trabalho. Em verdade, ao/à trabalhador/a plataformizado/a resta apenas a “liberdade” de procurar estratégias de sobrevivência para conseguir adequar-se às regras ditadas pelas plataformas a fim de manter seu emprego (Abílio, 2019).

Não encontramos muita bibliografia que se dedicasse, especificamente, ao trabalho plataformizado da beleza. Entretanto, o artigo de Anjali Anwar, Pal e Hui (2021) contribui muito a esse respeito, ao analisar e categorizar detalhadamente as formas de controle presentes nos serviços de beleza realizados através de duas plataformas digitais na Índia. Por meio desse artigo, pudemos compreender e mapear, com mais facilidade, os mecanismos de controle que as manicuras que atendem pela Unique vivenciam em seu cotidiano de trabalho.

Anjali Anwar, Pal e Hui definem controle enquanto “a obtenção de um comportamento desejado através de direcionamento, avaliação e disciplinamento das atividades dos trabalhadores” (Anjali Anwar; Pal; Hui, 2021, p.250:2, tradução nossa²⁹). Nesse sentido, os autores identificam a presença de dois tipos de controle nas plataformas de serviços de beleza por eles analisadas: 1) o *controle burocrático*, que se refere à supervisão direta humana, e é realizado por meio de regras de conduta estabelecidas pela empresa; e 2) o *controle algorítmico*, que ocorre por meio de funções técnicas dos algoritmos, e se reflete nas práticas de observar, registrar e disciplinar o comportamento das trabalhadoras. Ambas as formas de controle atuam simultaneamente nas plataformas de beleza para garantir o engajamento das profissionais no processo de trabalho.

Dessa forma, exemplos de controle burocrático nas plataformas de *delivery* de beleza indianas citados pelos autores seriam os testes de admissão para a plataforma, o julgamento e avaliação do serviço por parte das clientes e os treinamentos realizados pelas plataformas. Já o controle algorítmico englobaria diversas práticas, como: o rastreamento espacial das trabalhadoras por meio do GPS de seus dispositivos móveis; a atribuição de pedidos para cada trabalhadora (como ocorre na Uber, por exemplo); o ranqueamento das trabalhadoras conforme o número de atendimentos realizados e a média das notas decididas pelas clientes; o desligamento das trabalhadoras enquanto punição para determinadas infrações; bonificações oferecidas como forma de aumentar a produtividade; etc (Anjali Anwar; Pal; Hui, 2021).

3.2 Relação entre trabalhadoras e empresa

Na Unique, pudemos identificar a presença de diversos desses mesmos mecanismos de controle – a maioria dos quais já descrevemos no capítulo anterior, ao explicarmos o funcionamento da plataforma (seção 2.2). Mas, mais do que apontar e categorizar as formas de controle utilizadas pela empresa, nosso intuito, aqui, é o de olhar para como as trabalhadoras experienciam essa gestão do trabalho – tanto nas limitações apresentadas pelos

²⁹ No original: “obtaining desired behavior by directing, evaluating, and disciplining worker activities”.

mecanismos de controle da plataforma, quanto nas supostas liberdades proporcionadas pelo atendimento por aplicativo.

Inicialmente, porém, queremos enfatizar uma semelhança que a empresa brasileira possui em relação às plataformas indianas, a saber, a presença do controle burocrático realizado por funcionários/as da empresa. Assim, gigantes como Uber e IFood apresentam o controle burocrático que ocorre através do julgamento dos/as clientes. No entanto, dadas as suas dimensões, uma gestão individualizada efetuada por funcionários/as das empresas torna-se mais difícil – assim, essas plataformas contam majoritariamente com o controle algorítmico para realizar a gestão do processo de trabalho. Já a Unique, por ser uma empresa menor, pode combinar o uso dessas duas formas de controle, o que, como veremos, intensifica ainda mais a introjeção da vigilância pelas trabalhadoras. Há, portanto, um grande número de seres humanos reais, funcionários/as da plataforma, que interagem e administram o trabalho realizado pelas profissionais.

3.2.1. Percepções sobre as formas de controle da Unique

Uma das formas de controle algorítmico mais explícitas da plataforma sobre o trabalho das manicuras é, sem dúvida, a lista de infrações (com suas respectivas punições) a que estão sujeitas as profissionais. Desse modo, a empresa repreende os comportamentos indesejáveis, ao mesmo tempo em que procura garantir a qualidade dos serviços prestados. Quase todas as nossas entrevistadas já levaram multas pelo aplicativo, geralmente por atrasos ou cancelamento de atendimentos. Elas não parecem se incomodar muito com essas punições, pois consideram que firmam um compromisso ao aceitarem um atendimento e que, ao cancelarem, estão provocando um inconveniente às clientes e à empresa. Assim, Carla afirma: “Tem que ter comprometimento, até porque às vezes o atendimento era [de] rotina, mas muitas vezes era por conta de algum evento que tinham, então era sacanagem cancelar sem motivo algum” (Carla, manicura pela Unique, 33 anos).

Ademais, algumas entrevistadas indicaram que as punições por atraso ou cancelamento são justas na medida em que as profissionais também possuem essa garantia, caso o atraso ou cancelamento aconteça da parte da cliente. Desse modo, se a cliente desmarcar o atendimento com até oito horas de antecedência, as manicuras recebem 10 reais pelo inconveniente, e, caso ela desmarque até duas horas antes do atendimento ou atrase mais de 15 minutos para receber a profissional, elas recebem o valor integral do serviço³⁰. A

³⁰ Não nos ficou claro, no entanto, se esse dinheiro é descontado da cliente ou se é proveniente da própria plataforma.

presença dessa garantia é vista pelas manicuras enquanto uma vantagem do aplicativo, já que o mesmo não acontece nos salões de beleza, por exemplo. Assim, se uma cliente de salão desmarca seu atendimento, a manicura, muitas vezes, não consegue uma nova cliente para o mesmo horário, ficando sem receber.

Um fator apontado por Bárbara, no entanto, é que algumas clientes não respeitam o tempo de atendimento e acabam atrasando o trabalho da manicura. Desse modo, se a profissional agendou serviços consecutivos, ela se atrasa para o próximo atendimento, sendo muitas vezes penalizada pelo aplicativo. Porém, Bárbara parece atribuir esse inconveniente à cliente, e não à plataforma. Em suas próprias palavras:

Assim... não falando mal da empresa, porque o aplicativo em si é muito bom. O problema é que eu não trabalho só pra empresa, eu atendo as clientes, elas que também fazem a empresa. Então acaba que isso é cansativo. [...] E bom, eu tenho um tempo que eu faço a unha, então, por exemplo, se eu deixo uma hora pra fazer a unha, eu costumo deixar o horário certinho, ainda mais se eu consigo pedidos no mesmo bairro. Então eu deixo tudo o mais próximo possível, pra que eu consiga atender mais, em menos tempo. Então acaba que algumas delas, é... não se preocupa de que ela tá me atrapalhando: ela atrasa pra atender o interfone; ela atrasa pra liberar a minha entrada; aí quando eu chego, ela foi tomar banho, foi tomar café, foi dar comida pro cachorro, foi dar mamar pro bebê... foi fazer 300 mil coisas ao invés de só sentar lá no horário dela. Então acaba que isso é estressante, porque depois eu tenho que arcar com o atraso da próxima cliente, e às vezes o aplicativo não entende que não foi culpa minha, foi culpa da cliente anterior (Bárbara, manicura pela Unique, 25 anos).

Como apontado por Oliveira (2014), as manicuras que atendem a domicílio estão sujeitas à temporalidade da cliente, no entanto, isso não é levado em consideração pelo aplicativo, de tal forma que os atrasos realizados pelas clientes são contabilizados como penalidades das profissionais.

Algumas vezes, porém, erros no sistema do aplicativo podem fazer com que uma profissional seja punida por alguma infração que não cometeu. Foi o que houve com Graziela, por exemplo, que foi bloqueada por não comparecer a um atendimento que ela sequer havia aceitado. E ainda que ela tenha conseguido contatar a plataforma e ser reativada, relata ter muita dificuldade na comunicação com a empresa, o que tem se tornado motivo de insegurança para a trabalhadora.

Outro recurso de controle algorítmico muito utilizado pela Unique para administrar a massa de trabalhadoras são as bonificações, os prêmios e o preço dinâmico – técnicas presentes na maioria das plataformas digitais, caracterizadas pela já mencionada *gamificação*. Por meio dessas estratégias, a empresa consegue garantir que todas essas trabalhadoras – as quais não possuem qualquer contrato de regularidade de trabalho – mantenham um mínimo de

produtividade necessário para a plataforma oferecer os serviços que se propõe³¹. Essa forma de controle, no entanto, não aparece para a maioria das profissionais que entrevistamos enquanto um gerenciamento sobre seu trabalho, mas sim, enquanto uma “oportunidade” que não pode ser perdida. Dessa maneira, ouvimos de nossas interlocutoras algumas situações nas quais elas haviam reservado determinado dia ou período para realizar outras atividades, porém, ao se depararem com uma oferta de atendimento com rendimento maior que o usual (por conta das bonificações ou dos preços dinâmicos), optaram por fazer o atendimento.

No entanto, uma de nossas entrevistadas apresentou uma perspectiva divergente das demais. Ao longo da pesquisa, tivemos a chance de entrevistar Fernanda, uma das manicuras que alcançou destaque dentro da Unique e cuja imagem e relatos são veiculados nas redes sociais da empresa enquanto um exemplo das oportunidades proporcionadas pela plataforma – uma espécie de “trabalhadora modelo” do aplicativo. Fernanda nos contou que, quando começou a atender pela Unique, ela ficava muito feliz com as bonificações e o preço dinâmico, e, como as outras entrevistadas, também não perdia oportunidades de realizar os atendimentos com valores mais atrativos. Porém, aos poucos, ela percebeu que estava se *obligando* a aceitar esses pedidos – ela chegou a afirmar que se sentia *escrava do dinheiro*.

Fernanda notou que a situação havia se tornado insustentável quando, nos dias que reservava para cuidar de seus dois filhos e passar mais tempo com eles, ela simplesmente não era capaz de recusar um pedido de atendimento que estivesse com remuneração mais alta do que o normal. Ela não conseguia, assim, dedicar-se ao cuidado dos filhos – algo que Fernanda preza muito, especialmente por seu filho caçula estar no espectro autista e precisar de uma maior atenção. Essa situação também nos remete à questão levantada no capítulo anterior a partir do relato de Roberta, isto é, que a liberdade proporcionada pela plataforma de conciliar o trabalho de cuidado com o trabalho produtivo é bastante relativa.

Ao ver situações parecidas entre várias de suas colegas, Fernanda nota que a falsa sensação de oportunidade, em verdade, se torna uma forma de controlar a jornada de trabalho das profissionais – incentivá-las a trabalhar nos períodos em que poucas manicuras estão disponíveis. Inclusive, Fernanda vai além: ao observar um movimento semelhante acontecendo com seu marido, que trabalha como entregador da IFood, nota como todas as plataformas digitais fazem uso desses recursos para precarizar o trabalho de seus “parceiros”. Ela contou-nos uma situação na qual, em uma viagem realizada pela família para outra cidade, o marido, ao observar que a remuneração para os pedidos estava alta naquela

³¹ Nesse sentido, a função desses mecanismos de controle parece semelhante à das “promotoras de venda” da Natura, analisadas por Abílio (2011).

localidade, trocou o tempo de lazer em família pelo trabalho por aplicativo. Percebe-se, assim, que a utilização dos bônus e do preço dinâmico é uma maneira muito efetiva de conseguir administrar a disponibilidade dos prestadores de serviços plataformizados. Isso pois, frente ao mercado de trabalho precário que vivenciam, qualquer possibilidade de remuneração um pouco acima do usual é vista como uma oportunidade que não pode ser perdida – visão que é semelhante à percepção da maioria de nossas interlocutoras.

Um mecanismo de controle burocrático muito utilizado pelas plataformas digitais para garantir a qualidade dos serviços é a avaliação que os/as clientes realizam ao final dos atendimentos. Assim, como as notas que os/as trabalhadores/as recebem impactam em sua performance dentro da plataforma, a avaliação dos/as clientes é utilizada pelas empresas como forma de controlar o comportamento dos/as trabalhadores/as – os/as quais fazem de tudo para agradar o/a cliente. Portanto, a preocupação com a avaliação do/a cliente aponta para uma carga elevada de trabalho emocional exigida dos/as trabalhadores/as plataformizados/as (Marquis et al., 2018).

Nesse sentido, e, levando em consideração que o trabalho emocional já é algo extremamente presente na atividade das manicuras, antes de realizar a pesquisa, acreditávamos que a avaliação das clientes seria um fator de grande peso na percepção das trabalhadoras sobre as formas de controle do trabalho. Nas entrevistas, foi possível notar que as manicuras se preocupam, sim, em agradar as clientes. No entanto, curiosamente, a maioria de nossas entrevistadas afirmou que a existência das avaliações em si não provoca qualquer mudança em sua forma de se comportar durante o atendimento – ou seja, há a preocupação com a satisfação da cliente, mas a nota, propriamente, não parece intensificar o trabalho emocional exercido por essas profissionais. Nas palavras de Carla: “Acredito que [a avaliação], pra mim, é indiferente, tentava o mesmo padrão de atendimento independentemente. Até porque nunca tive motivos para atender mal ou pensar nessa possibilidade” (Carla, manicura pela Unique, 33 anos).

Bárbara apontou que, um tempo atrás, na Unique, a avaliação das clientes influenciava o “status” da profissional, isto é, a comissão que ela recebia por atendimento. Atualmente, no entanto, a nota de cada manicura apenas influencia o seu pertencimento (ou não) à categoria “artista VIP” (profissionais que possuem acesso aos pedidos com 15 minutos de antecedência). Assim, talvez essa seja uma possível explicação para a diferença de preocupação com a avaliação encontrada na Unique e em outras plataformas como Uber e IFood. Nessas empresas, a nota influencia até mesmo na quantidade de pedidos que o

algoritmo disponibiliza ao/a trabalhador(a), tendo um maior impacto do que no caso das manicuras.

Uma outra possível explicação é que as manicuras, mesmo fora das plataformas, já estão muito acostumadas com o julgamento que a cliente realiza sobre a profissional e o seu trabalho. Desse modo, talvez a concretude das “estrelas” da avaliação apenas materialize um juízo que, naturalmente, já é presente na atividade das manicuras. Assim, Oliveira (2014, p.157) já havia chamado a atenção para o constante escrutínio da cliente ao qual estão sujeitas as manicuras: “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”. Dessa maneira, ainda que afirmem não se importarem com a avaliação das clientes, indiretamente, o julgamento das clientes é, sim, muito importante para essas profissionais – mas isso não é algo exclusivo das dinâmicas dos aplicativos. Como veremos na terceira seção deste capítulo, a necessidade de agradar as clientes é tão grande no aplicativo quanto fora dele.

Já a ameaça das “administradoras ocultas” foi um tema recorrente em quase todas as entrevistas, e demonstrou ser uma prática realizada pela plataforma que causa muito desconforto entre as profissionais. Mencionamos as administradoras ocultas nos capítulos passados, mas, de forma mais detalhada: ao entrarem na Unique, as manicuras são advertidas da existência de clientes do aplicativo que são, na verdade, funcionárias da empresa “infiltradas”. Essas funcionárias seriam responsáveis por verificar se as profissionais estão seguindo corretamente todas as regras do aplicativo com relação aos atendimentos – e, caso não estejam, relatar à empresa para que sejam tomadas as medidas necessárias. Elas fiscalizariam, especialmente, a realização correta dos procedimentos de biossegurança e a questão da desintermediação – ou seja, se a manicura de fato não passa seu contato pessoal para a cliente.

Quando perguntamos às entrevistadas, no entanto, se elas já haviam atendido alguma administradora oculta, ou se conheciam alguém que tivesse, todas afirmaram ser impossível saber ao certo, mas que já desconfiaram de uma ou mais clientes que atenderam. Assim, como essas administradoras não se identificam, as manicuras permanecem em constante estado de alerta, com uma desconfiança quase que obsessiva de que aquela cliente é, possivelmente, uma “espiã” da Unique que está testando seu trabalho. Pelo que pudemos observar através das entrevistas, acreditamos que essa seja uma das formas de controle mais efetivas da plataforma sobre as manicuras, já que realmente produz uma autovigilância que impede as profissionais

de descumprirem qualquer regra da empresa. É através da ameaça das administradoras ocultas, portanto, que a Unique consegue fazer-se presente em todos os atendimentos, controlando a maneira como os serviços são conduzidos³².

Nesse ponto, queremos chamar a atenção do/a leitor(a) para as semelhanças gritantes entre as administradoras ocultas e o panóptico de Jeremy Bentham. Assim, tal qual o prisioneiro que mantém determinada conduta de comportamento pois pode estar sendo observado pelo guarda dentro da torre, a manicura realiza um atendimento impecável, pois suspeita que a cliente à sua frente seja uma funcionária da Unique. O interessante é que não é necessário que o guarda esteja realmente olhando para o prisioneiro – e nem que a cliente seja, de fato, uma administradora oculta – para que essa supervisão seja efetiva, já que ela passa a ser realizada pelo próprio indivíduo. Desse modo, assim como descreveu Foucault a respeito do panóptico (1987, p. 168):

A eficácia do poder, sua força limitadora, passaram, de algum modo, para o outro lado – para o lado de sua superfície de aplicação. Quem está submetido a um campo de visibilidade, e sabe disso, retoma por sua conta as limitações do poder; fã-las funcionar espontaneamente sobre si mesmo; inscreve em si a relação de poder na qual ele desempenha simultaneamente os dois papéis; torna-se o princípio de sua própria sujeição.

Se relacionarmos as administradoras ocultas ao panóptico algorítmico descrito por Woodcock (2020) na plataforma Deliveroo, veremos que a introjeção da vigilância pelas trabalhadoras da Unique acontece de forma muito mais intensa. Assim, além de serem (1) remuneradas por serviço realizado e, portanto, aceitarem sempre o máximo possível de atendimentos; serem (2) vigiadas pelas funções automatizadas do algoritmo da plataforma; essas trabalhadoras também estão (3) sob constante ameaça de encontrarem-se de frente a uma representante da empresa que avaliará sua performance. Vemos uma expressão explícita na Unique, portanto, da maneira como a racionalidade neoliberal e as dinâmicas do atual mundo do trabalho contam com a *autogestão* e com o *autocontrole* dos/as trabalhadores/as para organizar o processo de trabalho (Dardot; Laval, 2016).

Uma outra questão que aponta para o controle burocrático que a Unique realiza sobre o trabalho das manicuras se refere às medidas tomadas pela empresa para dificultar o contato entre as trabalhadoras. Assim, notamos que a maioria de nossas interlocutoras possuía pouco ou nenhum contato com outras profissionais que atendem pela Unique. Ainda que o trabalho plataformizado distancie os/as trabalhadores/as, por não ocorrer em um mesmo local físico

³² Esse controle também acontece de outras formas, como, por exemplo, a partir da exigência de que as manicuras enviem a foto do alicate e espátula esterilizados antes de iniciar o atendimento. Entretanto, alguns aspectos do serviço – principalmente a questão da desintermediação – apenas podem ser fiscalizados a partir da figura humana presente (ou não) no atendimento.

(como o ambiente da fábrica, por exemplo), sabemos que em outras categorias plataformizadas há uma certa comunicação entre trabalhadores/as – seja digitalmente, por meio de redes sociais, ou fisicamente, em pontos de encontro.

Através de Fernanda, descobrimos que a plataforma parece fazer uso de alguns mecanismos para evitar que haja muito contato entre trabalhadoras não-mediado pela empresa. Desse modo, antigamente, a empresa possuía um grupo no WhatsApp em que as profissionais podiam conversar, no qual participavam também os/as funcionários/as da empresa – o que de acordo com Fernanda impedia que elas falassem mal ou fizessem algum comentário sobre determinadas clientes. Aos poucos, pequenos grupos entre as profissionais (por volta de três ou quatro pessoas) começaram a surgir, criados com o intuito de falar livremente sobre questões do aplicativo ou de determinadas clientes. No entanto, ao que nos relatou Fernanda, os/as funcionários/as da plataforma, ao notarem que esses grupos passaram a “boicotar” algumas clientes específicas, tentaram dissolver os grupos – chegando, inclusive, a desligar algumas das profissionais (desligamentos que a manicura suspeita que ocorreram de maneira injustificada).

A sociabilidade entre trabalhadores/as plataformizados/as representa – como o atestam as greves do “#BrequeDosApps”, que tiveram início em 2020 – uma possibilidade de resistência (Abílio; Amorim; Grohmann, 2020). Nesse sentido, os mecanismos utilizados para procurar impedir a socialização dessas profissionais também significam uma tentativa de controlar o trabalho das manicuras, dificultando as formas de resistência entre elas.

3.2.2. Percepções sobre autonomia nos atendimentos realizados através da Unique

A busca pelo ideal da autonomia foi um aspecto encontrado na totalidade das entrevistas que realizamos. Todas as nossas interlocutoras já tiveram a experiência de trabalhar com carteira assinada, e todas afirmaram preferir o trabalho autônomo. As únicas duas trabalhadoras que fizeram uma ponderação, enxergando vantagens e desvantagens nas duas modalidades, foram Fernanda e Silvana. Ainda assim, ambas optaram por permanecer no trabalho autônomo, visto que ele atende melhor às necessidades que elas possuem nesse momento de vida³³. Outra questão interessante a ser observada, e que remete ao que Bufaiçal (2019) descreveu em sua pesquisa, é que várias de nossas entrevistadas afirmaram que

³³ Fernanda precisa de flexibilidade de horários para conseguir cuidar de seu filho que possui autismo; enquanto que Silvana desenvolveu problemas de saúde mental em decorrência de abuso moral realizado por parte de sua chefe quando ela trabalhava subordinada a um salão de beleza, e por isso, atualmente, prefere atender por conta própria.

entraram no ramo da beleza para terem horários mais flexíveis e conseguirem conciliar o trabalho remunerado com o cuidado da família.

Assim, mesmo reconhecendo os diversos mecanismos de controle exercidos pela empresa, a procura das manicuras pelo atendimento por aplicativo parece estar muito associada à busca por autonomia, principalmente no sentido de *usos do tempo*. A ideia de que o aplicativo possa proporcionar maior autonomia nesse sentido se coloca, sobretudo, em comparação com a relação de trabalho que se estabelece nos salões de beleza. Desse modo, quando perguntadas sobre a principal vantagem de ser uma trabalhadora autônoma, quase todas se referiram à questão de ter liberdade de montar sua própria agenda – liberdade que não existe nos salões –, e várias associaram essa liberdade à possibilidade de continuarem se dedicando ao trabalho de cuidado.

Os relatos das trabalhadoras estão, nesse sentido, muito alinhados ao que a literatura em Sociologia do Trabalho têm apontado ultimamente (Araújo, 2016; Cattaneo; Hirata, 2009). Dessa forma, a busca por autonomia ocupa, realmente, um lugar central nos valores dessas trabalhadoras. Ademais, a questão do gênero impacta na forma como as profissionais experienciam a flexibilização do mundo do trabalho, na medida em que realmente enxergam a flexibilidade dos horários de trabalho enquanto uma oportunidade de conciliar o trabalho produtivo e de cuidado.

Quase todas as entrevistadas consideram que o atendimento que ocorre fora do salão de beleza (seja de forma particular ou através do aplicativo) possibilita que a profissional tenha autonomia sobre o seu próprio tempo – algo que é desejo de todas. No entanto, no aplicativo “sempre tem cliente” – frase que ouvimos com frequência, de diversas interlocutoras. Assim, a popularidade e alcance da Unique são uma vantagem frente ao atendimento particular, em que a manicura normalmente fica limitada a atender as clientes que conhece, ou que receberam indicação de amigas sobre a profissional. Para as manicuras que não possuem uma clientela particular suficiente para completar sua agenda, o aplicativo se apresenta, desse modo, enquanto um recurso para conseguir garantir os rendimentos.

É importante destacar que nenhuma das manicuras que entrevistamos atende somente pela Unique, e que a maioria utiliza o atendimento pelo aplicativo apenas como complemento (não sendo a forma principal de atendimento). O Quadro 2, ilustrado abaixo, demonstra essa situação.

Quadro 2 – Formas de atendimento realizadas pelas entrevistadas

Nome	Já atendeu em salão de beleza?	Formas de atendimento que realiza atualmente	Forma de atendimento principal	Tempo na Unique
Bárbara	sim	Pela Unique e a domicílio particular	Unique	cerca de 2 anos e meio
Carla	não	Não atende mais (mas atendia pela Unique e particular em sua própria casa)	Costumava ser Unique	cerca de 5 meses
Fernanda	sim	Pela Unique e a domicílio particular	Particular	cerca de 2 anos
Graziela	sim	Pela Unique e a domicílio particular	Particular	cerca de 6 meses
Mary	sim	Não atende mais (mas atendia pela Unique e em salão)	Costumava ser salão	cerca de 2 anos
Roberta	sim	A domicílio particular (mas antes atendia também pela Unique)	Particular	³⁴
Silvana	sim	Pela Unique, por um outro aplicativo e a domicílio particular	Particular	cerca de 5 anos

Fonte: Elaboração própria a partir das entrevistas.

Uma outra questão referente à autonomia que foi apresentada durante as entrevistas foi o tema da autonomia *financeira*. Dessa forma, ainda que o valor do atendimento no aplicativo por si só não satisfaça tanto a manicura (considerando os gastos com os atendimentos a domicílio), um outro fator que parece motivar algumas trabalhadoras é que, no aplicativo, elas possuem, idealmente, a liberdade de “ganhar o quanto quiserem”. Assim, quando questionada sobre qual seria a principal vantagem do aplicativo para ela, Bárbara nos disse:

O dinheiro. (...) não pelo valor [da comissão], mas ganhar o quanto eu trabalho. Por exemplo, eu posso trabalhar muito mais, tudo depende do meu esforço e da minha força de vontade. Então eu posso trabalhar o quanto eu quiser, porque pedido tem. Então você pode estipular: “esse mês eu quero fazer 6 mil reais”, e depende só de você (Bárbara, manicura Unique, 25 anos).

Como mencionamos, a plataforma consegue proporcionar essa liberdade pois “sempre tem cliente” – ou seja, você, idealmente, pode trabalhar a todo momento.

³⁴ A entrevista com Roberta foi realizada por mensagem, e, como a sua disponibilidade era restrita, tivemos que reduzir o número de perguntas. A informação sobre a duração de seu período atendendo pela Unique não foi contemplada na entrevista.

No geral, portanto, as trabalhadoras reconhecem limitações e inconvenientes proporcionados pelo atendimento por aplicativos. No entanto, todas têm como valor muito forte a questão da busca por flexibilidade de horários, por liberdade para poder montar sua própria agenda – questão que costuma vir associada, no caso dessas mulheres, com a necessidade de conciliar o trabalho produtivo com o trabalho de cuidado. Considerando as dinâmicas dos salões de beleza que explicitamos no primeiro capítulo, essa liberdade não é alcançável para as manicuras que trabalham em salão subordinadas ao proprietário – mesmo quando não são funcionárias do salão, mas prestadoras de serviços. Ademais, nenhuma delas – com a única exceção de Bárbara – parece preferir o atendimento por aplicativo ao atendimento domiciliar particular. Porém, a plataforma possui um alcance – e, conseqüentemente, uma capacidade de atrair clientes – muito maior do que o da manicura individual.

Nesse sentido, o atendimento pela Unique proporciona essa independência para as manicuras que querem atender fora dos salões de beleza mas que ainda não possuem uma clientela particular suficiente. Assim, a partir das entrevistas, este é o principal sentido que as manicuras parecem atribuir ao trabalho pela plataforma: ele é um meio de preencher os horários em suas agendas que não são ocupados pelas clientes do atendimento particular. A autonomia propriamente dita, desse modo, provém de realizar sua própria agenda, sendo o aplicativo um facilitador para as manicuras que não possuem muitas clientes particulares.

Essa percepção seria corroborada pelas perspectivas futuras das trabalhadoras entrevistadas, já que nenhuma mencionou, por exemplo, que queria crescer dentro da plataforma. Dentre aquelas que pretendem continuar trabalhando no mundo da beleza, a maioria expressou ter vontade de estabelecer uma clientela fixa particular a domicílio, e Silvana deseja contratar funcionárias e abrir seu próprio espaço.

3.3 Relações entre trabalhadoras e clientes

Sabemos que no setor dos serviços, em geral, a questão do controle sobre o trabalho passa muitas vezes pela figura do cliente (Boltanski; Chiapello, 2009). Assim, cabe olharmos um pouco mais para como essa relação se constitui dentro da Unique. Como descrevemos no capítulo anterior, a relação que se estabelece entre manicuras e clientes da Unique é muito mais distante e fria do que a relação que as manicuras cultivam com clientes que atendem de forma particular. A plataforma não permite uma aproximação entre cliente e manicura, cobrando mais caro para que o atendimento seja realizado com uma manicura específica e colocando a ameaça das administradoras ocultas.

Ainda que as trabalhadoras afirmem não se preocuparem muito com a avaliação em si, é notável que há uma necessidade de agradar as clientes – as quais já são, tradicionalmente, agentes de vigilância sobre as atividades das manicuras –, e essa busca por agradar passa por uma grande carga de trabalho emocional. Assim, Silvana nos conta que procura “vestir a máscara” de que tudo está bem para que a cliente tenha um atendimento agradável:

Quando eu vou na casa da cliente, eu levo o melhor: o melhor produto, o melhor atendimento. Eu sempre tento estar sorrindo, com conversas agradáveis. Evito de ficar falando mal, porque sempre vai ter uma coisa do aplicativo que você não gosta, sempre vai ter um dia que você saiu de casa com algum problema. Só que a cliente não tem que ter culpa. Então você tem que *vestir a máscara* de que tá tudo bem, tá tudo ótimo e chegar [...] na casa da cliente sempre com assuntos agradáveis, falar de fofoca – porque cliente adora fofoca, né? Evitar falar de assuntos pessoais... (Silvana, manicura Unique, 41 anos)

Fica claro, através da fala de Silvana, o aspecto que já ressaltamos no último capítulo, isto é, que a atividade das manicuras pressupõe o *care* enquanto ética de trabalho (Oliveira, 2014). Desse modo, há um esforço real, realizado pelas manicuras por meio de trabalho emocional e corporal, de *cuidar* da cliente. Outros relatos presentes no Instagram da Unique também apontam para esse trabalho de cuidado. Em uma postagem, por exemplo, uma manicura – que é apresentada enquanto muito bem-sucedida dentro da plataforma –, profere dicas de como “crescer” no atendimento por aplicativo. Quando perguntada sobre como deve ser o comportamento da profissional frente às clientes, ela afirma: “precisa conversar com a cliente, ouvir ela, oferecer diferentes coisas, dar espaço... Às vezes ela acordou em um dia ruim e precisa de alguém pra conversar”. Mais uma vez, ressaltamos como o ato de “fazer unha”, mesmo no atendimento por aplicativo, envolve muito mais do que o embelezamento das unhas em si.

Uma outra questão que se mostrou presente, e que já era apontada por Arango Gaviria (2011) e Oliveira (2014), é que a necessidade de subserviência da manicura em relação à cliente é mais forte quando há uma grande diferença de classe entre as duas. Considerando o estrato social que ocupam as clientes da Unique, já esperávamos encontrar esse aspecto nas relações que se dão por meio da plataforma. No entanto, acreditamos que o fato de o atendimento ser conduzido no domicílio da cliente causa ainda maior impacto nessa percepção quanto à diferença de classe. Assim, a atitude que a manicura mantém durante o atendimento também sofre influência dessa distância entre as duas na estrutura social – fator que provavelmente também influencia na dificuldade de aproximação afetiva entre manicura e cliente da plataforma.

Nesse sentido, ficou claro em diversas entrevistas que há uma atenção redobrada por parte das trabalhadoras em não “incomodar” dentro do ambiente doméstico da cliente. Várias,

por exemplo, afirmaram que nunca pedem para usar o banheiro da casa, mesmo que estejam com muita vontade, pois percebem que isso desagrada as clientes. Silvana afirma:

Nos atendimentos da Unique, normalmente a cliente mal oferece uma água. Então, nos atendimentos da Unique eu já prefiro, quando eu vou fazer o atendimento, eu já vou no banheiro antes, já bebo água antes, pra fazer meu atendimento de 90 minutos, certinho... pra não ter muito contato. (Silvana, manicura Unique, 41 anos)

Um outro aspecto que Fernanda e Bárbara relataram sobre os atendimentos de clientes da Unique foram situações de racismo que elas e suas colegas viveram. Fernanda afirma que isso é algo que sempre experienciou, tanto no atendimento dentro do salão de beleza, quanto no atendimento a domicílio, porém, enxerga uma diferença entre as violências que ocorrem nesses dois locais. Assim, ao que indica a manicura, o ambiente público do salão faz com que o preconceito de raça seja algo que se expressa de forma mais velada dentro desse local; enquanto o ambiente doméstico, por situar-se longe do olhar público, do julgamento alheio, cria espaço para violências mais explícitas de racismo.

Ademais, Fernanda também relatou que o racismo acontece dentro do próprio aplicativo. Dessa forma, ela observou, por diversas vezes, que a cliente cancelava o pedido após abrir sua foto no aplicativo e ver que ela é negra – já que, logo após cancelar, a cliente realizava um outro pedido, no mesmo horário, procurando por outra profissional³⁵. Ela também disse que viu colegas de trabalho receberem comentários racistas e homofóbicos em suas avaliações, com as clientes pedindo para não serem mais atendidas por nordestinas ou homens³⁶ gays.

³⁵ Considerando a nota e avaliações excepcionais que possui Fernanda, é muito difícil que essa procura da cliente por outra profissional para realizar o mesmo atendimento esteja relacionada a outro motivo para além do preconceito de raça.

³⁶ De acordo com Fernanda, ainda que seja muito raro observar homens exercendo essa ocupação, existiam três manicuros na Unique. Nós identificamos um deles nas redes sociais da empresa, mas não conseguimos contatar nenhum desses homens.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesta pesquisa, partimos do objetivo de analisar como as manicuras que atendem através da Unique percebem as dinâmicas de trabalho do aplicativo, especialmente com relação à sua autonomia no trabalho e às formas de controle a que estão submetidas. Buscamos, assim, entender como os aspectos de gerenciamento do trabalho característicos da plataformização se estabelecem em uma atividade que já é, tradicionalmente, feminina e precária, e como eles são vivenciados por essas profissionais.

Como pudemos observar, a utilização do aplicativo altera significativamente as dinâmicas de trabalho experienciadas pelas manicuras. Desse modo, destacando a questão da autonomia no trabalho – um valor que, como mencionamos, é muito importante para essas mulheres –, fica evidente que as manicuras percebem uma maior liberdade no atendimento por aplicativo do que no atendimento em salão de beleza. Esse aspecto já era previsto em nossa hipótese de pesquisa. Ademais, a percepção de autonomia ocorre especialmente pela possibilidade de escolher seus próprios horários – o que, na maioria das vezes, significa a viabilidade de conciliar o trabalho remunerado com o trabalho doméstico e de cuidado. Mas é importante ressaltar que essa percepção positiva é construída em contraste com as condições que essas trabalhadoras enfrentam no mercado de trabalho, as quais são bastante precárias.

Entretanto, algo que não havíamos previsto em nossa hipótese é que a maioria das manicuras que entrevistamos não atendem somente pela Unique – mais do que isso, quase todas preferem atender de modo particular. Assim, o verdadeiro sentido do atendimento plataformizado para essas mulheres parece ser o de um “complemento” de agenda. Para a manicura que não possui uma clientela particular fixa, a grande quantidade de pedidos disponíveis no aplicativo representa uma oportunidade de preencher os horários livres em sua agenda. Isso só é possível, entretanto, porque na plataforma “sempre tem cliente”.

Notamos, também, uma alteração provocada pelo atendimento plataformizado no sentido da relação que se estabelece entre manicura e cliente, a qual se torna muito mais impessoal. No entanto, em outros aspectos, como a necessidade de agradar a cliente e a grande carga de trabalho emocional (Hochschild, 1983) que recai sobre as manicuras nos atendimentos, o aplicativo não parece modificar a dinâmica tradicional do serviço de manicure – ou seja, o *cuidado* com a cliente se observa no aplicativo tanto quanto nas formas de atendimento tradicionais.

Com relação ao controle realizado pela plataforma sobre o trabalho das manicuras, é evidente que essas trabalhadoras percebem – e muitas vezes se incomodam com – várias

dessas formas de gerenciamento, exemplo disso é o mecanismo das administradoras ocultas. Porém, as formas de gestão *gamificadas* (como as bonificações) não são vistas pela maioria das entrevistadas enquanto um controle sobre o trabalho, mas sim, como uma oportunidade que precisa ser aproveitada. Ademais, algo que se destaca nas formas de gestão da Unique é que o controle é realizado não somente através dos recursos tecnológicos do aplicativo, mas também a partir do controle burocrático, com seres humanos reais envolvidos (funcionários/as da plataforma).

Dentre aspectos encontrados durante a pesquisa que gostaríamos de ter nos aprofundado, podemos destacar: a questão do racismo nos atendimentos; a vivência dos manicuros homens dentro da profissão; as perspectivas futuras das manicuras; e as transformações que estão ocorrendo após a mudança na gestão da Unique. Inclusive, levando em consideração essas alterações pelas quais o aplicativo está passando, e, tendo em mente que nosso trabalho de campo iniciou-se após essa mudança de gestão, esse poderia ser um motivo para que não tenhamos encontrado manicuras que atendem exclusivamente pela Unique. Se a nova gestão conseguirá reverter a diminuição na quantidade de pedidos e voltar a ser mais atrativa para as profissionais – voltar a “ter sempre cliente” –, só o tempo dirá.

APÊNDICE: ROTEIRO DE ENTREVISTA

A) TRAJETÓRIA OCUPACIONAL

1. Atualmente, você realiza mais de um trabalho remunerado? Se sim, qual?
2. Em quais áreas da beleza você trabalha?
() manicure () massoterapeuta () escovista () depiladora () maquiadora () esteticista
() designer de sobrancelhas
3. E por aplicativo? Você atende em quais áreas? Quais aplicativos você já usou para atender?
4. Há quanto tempo você trabalha como manicure? E há quanto tempo trabalha atendendo por aplicativo?

→ se já tiver trabalhado em salão, estabelecer comparações ao longo da entrevista
5. Você teve outros empregos antes de começar a atender na área da beleza? Quais?
6. Você já trabalhou com carteira assinada? Atualmente, possui algum registro em carteira/vínculo empregatício? É MEI?
7. Você prefere trabalhar como autônoma ou com carteira assinada? (explorar: percepção sobre ausência de direitos; percepção de relação entre autonomia e tipo de vínculo; significado de ser autônoma / de ter um chefe)
8. Atualmente, você atende somente por aplicativo? Se houver outras formas de atendimento: quais são essas? Qual dessas formas você considera ser a sua principal?
9. Como você ficou sabendo da possibilidade de atender por aplicativo? O que te chamou a atenção nessa forma de atendimento? (explorar: vantagens e elementos atrativos observados; que tipo de informação detinha sobre as plataformas; se essa percepção se alterou)

B) CARACTERÍSTICAS DO TRABALHO E DA EMPRESA

10. Você pode me contar como é o seu dia-a-dia no trabalho? (explorar: como monta a agenda; existência ou não de rotina; estabelecimento de metas [por tempo trabalhado ou por remuneração]; jornada média de trabalho; quais e quantos dias trabalha por semana; atividades referentes a outras ocupações)
11. Você considera que tem liberdade para definir seus horários de trabalho? (explorar: flexibilidade das jornadas; variedade de horários nas ofertas de pedidos; comparação com outras formas de atendimento)
12. E o tempo que você passa “fora” do trabalho? O que costuma fazer nesse tempo? (explorar: trabalho de cuidado; cuidado de si; lazer; família; estudos; sociabilidade)
13. Quanto, mais ou menos, você recebe por atendimento na Unique? (explorar: quanto variável é esse valor; qual o valor mínimo; quanto é a taxa que o aplicativo retém; se sabe o valor que a cliente paga; como acessa os pagamentos; comparação com o rendimento em outras formas de atendimento)

14. Como que o aplicativo determina o preço dos atendimentos? (explorar: quais fatores elas conhecem que influenciam nessa variação; se acham justa a forma de determinação dos preços)
15. Você precisa avisar pelo aplicativo quando chega e sai da casa da cliente? (explorar: registro espacial; como o aplicativo fica sabendo dos atrasos)
16. Como é a sua comunicação com a empresa?
17. Você costuma pegar mais pedidos quando a empresa promete bonificações/sorteios? (explorar: se aumenta a carga de trabalho para participar; o que acha dessas possibilidades que a Unique coloca; se isso impacta na percepção que elas têm da empresa)
18. O que você acha do sistema de avaliação em estrelas que as clientes fazem dos atendimentos? (explorar: se sente que é uma forma justa de avaliação; como a avaliação impacta no seu comportamento nos atendimentos; o que acha do status de VIP [acha difícil de conseguir/manter?])
19. Como é a sua relação com as clientes do aplicativo? (explorar: a relação envolve afeto?; você tem clientes “preferência”?; trabalho emocional; comparação com a relação que possuía/possui com clientes em formas de atendimento tradicionais; quão preocupada fica em agradar a cliente?)
20. Você sente alguma dificuldade em ter que atender as clientes nas casas delas?
21. Você já teve situações de conflito com as clientes? (explorar: situações de injustiça; como lidou com a situação; se a empresa foi envolvida na situação e como administrou; se sentiu-se amparada pela empresa)
22. Você já sofreu alguma punição (multa, suspensão ou bloqueio) pelo aplicativo? Tem medo de isso acontecer? (explorar: se enxerga o processo de punição e o sistema de pontos como justo; quem ela responsabiliza pelas infrações? [as próprias trabalhadoras, as clientes ou a empresa]; estratégias desenvolvidas para não cometer infrações)
23. Você mantém contato com outras profissionais que atendem por aplicativo? (explorar: se trocam dicas e desenvolvem estratégias de sobrevivência juntas)
24. Você se considera uma trabalhadora da Unique? (explorar: identificação com relação ao trabalho; identificação enquanto empreendedora, autônoma, parceira, funcionária)
25. Dentre as orientações da Unique sobre como devem ser conduzidos os atendimentos, existe algo que te incomode, ou que você tenha dificuldade em seguir? (explorar: regras rígidas; política de atrasos/cancelamento; uso de uniforme; proibição de algumas marcas de produtos; uso de EPIs; regras sobre pontuação)
26. Qual a principal vantagem, para você, em continuar atendendo por aplicativo?
27. Trabalhar por aplicativo te proporciona alguma insegurança?
Se sim: Quais? Mesmo assim, você prefere atender por aplicativo? Ou, se conseguisse atender de outras formas acharia melhor?

D) PERSPECTIVAS FUTURAS

28. O ramo dos serviços de beleza contratados por aplicativos cresceu bastante durante a pandemia. Você acredita que essa forma de consumo dos serviços de beleza tem potencial para substituir a forma tradicional (como os salões e as esmalterias)? Por que?
29. Você gosta do seu trabalho? Pretende mudar de emprego se surgir algum outro?
30. Você tem planos de trabalho futuros? Se sim, quais? (explorar: onde se vê em 5 anos)
31. Por fim, há algo que eu não te perguntei e que você gostaria de me contar sobre o seu trabalho?

E) PERFIL DA ENTREVISTADA

32. Sexo:
33. Cor/Raça:
 preta parda branca amarela indígena
34. Idade:
35. Estado civil/conjugalidade:
36. Você tem filhos? Quantos?
37. Qual o seu grau de escolaridade?
38. Você fez algum curso superior ou curso de especialização? (nomear)
39. Você possui alguma religião? Qual? É praticante?
40. Onde você nasceu? (Estado e município)
41. Em que cidade você mora e há quanto tempo reside no município?
42. Qual o seu tipo de moradia?
 casa própria alugada outras (especificar)
43. Quantas pessoas moram em sua casa? Quem são?
44. Quantas pessoas contribuem no orçamento familiar?
45. Qual a renda familiar? (pode ser em salários mínimos)
46. Qual sua renda média mensal? (pode ser em salários mínimos)

Muito obrigada!

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABÍLIO, L. C. **O make up do trabalho**: uma empresa e um milhão de revendedoras de cosméticos. Campinas: Unicamp, 2011.
- ABÍLIO, L. C. Uberização do trabalho: A subsunção real da viração. In: **Blog da Boitempo**, 2017. Disponível em: <<http://passapalavra.info/2017/02/110685/>>. Acesso em: 15/10/2022.
- ABÍLIO, L. C. Uberização: Do empreendedorismo para o autogerenciamento subordinado. **Psicoperspectivas**, [s. l.], v. 18, n. 3, p. 1–11, 2019.
- ABÍLIO, L. C. Uberização: A era do trabalhador just-in-time?. **Estudos Avançados**, [s. l.], v. 34, n. 98, p. 111–126, 2020.
- ABÍLIO, L. C. Uberização: Manicures, motoboys e a gestão de sobrevivência. In **Trajetórias da informalidade no Brasil contemporâneo**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2021 p.173-189.
- ABÍLIO, L. C.; AMORIM, H.; GROHMANN, R. Uberização e plataformização do trabalho no Brasil: conceitos, processos e formas. **Sociologias**, [s. l.] v. 23, p. 26-56, 2021.
- ANJALI ANWAR, I.; PAL, J.; HUI, J. Watched, but moving: Platformization of beauty work and its gendered mechanisms of control. **Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction**, v. 4, n. CSCW3, p. 1-20, 2021.
- ARANGO GAVIRIA, L. G. Género, trabajo emocional y corporal en peluquerías y salones de belleza. **La manzana de la discordia**, v. 6, n. 1, p. 9-24, 2011.
- ARANGO GAVIRIA, L.G. Emociones, saberes y condiciones de trabajo en los servicios: manicuristas en Colombia y Brasil. **RELET-Revista Latinoamericana de Estudios del Trabajo**, v. 18, n. 30, p. 103-132, 2013.
- ARANGO GAVIRIA, L. G. Cuidado, trabajo emocional y mercado: los servicios estéticos y corporales. **Revista Latinoamericana de Estudios de Familia**, [S. l.], v. 7, p. 99-120, 2015.
- ARAÚJO, A. M. C. Género no trabalho. **Cadernos Pagu**, [S. l.], n. 17-18, p. 131–138, 2016.
- BOLTANSKI, L.; CHIAPELLO, È. **O novo espírito do capitalismo**. São Paulo: Martins Fontes, 2009.
- BRAVERMAN, H. **Trabalho e capital monopolista**: a degradação do trabalho no século XX. Rio de Janeiro: LTC, 1987.
- BUFAIÇAL, L. C. de S. **Trabalho e regulação**: sociabilidade e empreendedorismo no ramo de higiene e beleza. 2019. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2019.
- CATTANÉO, N.; HIRATA, H. Flexibilidade. In: HIRATA, H. et al (Org). **Dicionário Crítico do Feminismo**. São Paulo: UNESP, 2009. p.106-111.
- DARDOT, P.; LAVAL, C. **A nova razão do mundo**: ensaio sobre a sociedade neoliberal. São Paulo: Boitempo, 2016.

DWECK, R. H. 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.

DWEK, R. H.; DI SABBATO, A. A beleza e o mercado de trabalho: uma perspectiva de gênero. **Revista Gênero**, Niterói, v. 7, n. 1, p. 95-128, 2006.

FERNANDES, B.; ALMEIDA, V. M. C. de. Trinks.com – plataforma digital a serviço da beleza. **Cadernos EBAPE.BR**, Rio de Janeiro, RJ, 2022.

FLICK, U. **Introdução à metodologia de pesquisa**: um guia para iniciantes. Porto Alegre: Penso, 2013.

FOUCAULT, M. **Vigiar e punir**: nascimento da prisão. Petrópolis: Vozes, 1987.

GALLON, S. et al. Formas de aprendizagem e saberes no trabalho de manicures. **Revista pensamento contemporâneo em Administração**. Rio de Janeiro. Vol. 10, n. 1 (jan./mar. 2016), p. 96-112, 2016.

GONDIM, L. M. P.; LIMA, J. C. **A pesquisa como artesanato intelectual**: considerações sobre método e bom senso. São Carlos: EdUFSCar, 2010.

GROHMANN, R. Plataformização do trabalho: entre dataficação, financeirização e racionalidade neoliberal. **Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura**, v. 22, n. 1, p. 106-122, 2020.

GROHMANN, R. et al. As estratégias de comunicação das plataformas de trabalho: Circulação de sentidos nas mídias sociais das empresas no Brasil. **Comunicação e sociedade**, n. 39, p. 17-37, 2021.

HARVEY, D. **A condição pós-moderna**: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural. São Paulo: Edições Loyola, 1992.

HIRATA, H. Gênero, classe e raça: interseccionalidade e consubstancialidade das relações sociais. **Tempo Social**, São Paulo, v. 26, n. 1, p. 61-73, jun. 2014

HIRATA, H. O trabalho de cuidado. **Sur: revista internacional de direitos humanos**, São Paulo, v. 13, p. 53-64, 2016.

HIRATA, H.; KERGOAT, D. Novas configurações da divisão sexual do trabalho. **Cadernos de pesquisa**, v. 37, p. 595-609, 2007.

HOCHSCHILD A. R. **The managed heart**: Commercialization of human feeling. 1983.

KANG, M. The managed hand: The commercialization of bodies and emotions in Korean immigrant-owned nail salons. **Gender & Society**, v. 17, n. 6, p. 820-839, 2003.

KERGOAT, D. Divisão sexual do trabalho e relações sociais de sexo. In: HIRATA, H. et al (Org). **Dicionário Crítico do Feminismo**. São Paulo: UNESP, 2009. p. 67-75.

LAVAL, C. Uberização como extensão da racionalidade empreendedora. In: GROHMANN, R. (Org.) **Os laboratórios do trabalho digital**: entrevistas. São Paulo: Boitempo, 2021.

MACHADO DA SILVA, L. A. Da informalidade à empregabilidade: reorganizando a dominação no mundo do trabalho. **Cadernos CRH**, Salvador, n. 7, p. 81-109, jul./dez. 2002

MARQUIS, E. B. et al. Impacts of perceived behavior control and emotional labor on gig workers. Poster apresentado na **ACM conference on computer supported cooperative work and social computing**. Jersey City, NJ, Estados Unidos, 3-7 de nov. de 2018.

OLIVEIRA, J. A. **Fazendo a vida fazendo unhas**: uma análise sociológica do trabalho de manicure. 2014. Tese (Doutorado em Sociologia) – Programa de Pós-graduação em Sociologia, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2014.

RIZEK, C. Viração e trabalho: algumas reflexões sobre dados de pesquisa. **Estudos de Sociologia**, v. 11, n. 21, p. 49-58, 2006.

SLEE, T.. **Uberização**: a nova onda do trabalho precarizado. Editora Elefante, 2019.

SOUZA, M. M.; BORGES, L. de O. Salão parceiro na prática: submissão ou autonomia?. **Psicologia & Sociedade**, v. 32, 2020.

SRNICEK, N. **Platform capitalism**. John Wiley & Sons, 2017.

TOZI, F. Da nuvem ao território nacional: uma periodização das empresas de transporte por aplicativo no Brasil. **GEOUSP Espaço e Tempo (Online)**, v. 24, n. 3, p. 487-507, 2020.

VIDIGAL, V. A classe plataformizada tem dois sexos: trabalho, algoritmização e resistência. **Revista Jurídica Trabalho e Desenvolvimento Humano**, v. 4, 8 nov. 2021a.

VIDIGAL, V. Game Over: a gestão gamificada do trabalho. **MovimentAção**, v. 8, n. 14, p. 44-64, 2021b.

WOODCOCK, J. The algorithmic panopticon at Deliveroo: Measurement, precarity, and the illusion of control. **Ephemera: theory & politics in organizations**, v. 20, n. 3, p. 67-95, 2020.

WOODCOCK, J. Gamificação no mundo do trabalho e resistências dos trabalhadores. In: GROHMANN, R. (Org.) **Os laboratórios do trabalho digital**: entrevistas. São Paulo: Boitempo, 2021.

WOODCOCK, J.; GRAHAM, M. **The gig economy**: a critical introduction. Cambridge: Polity, 2019.