

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO
DOUTORADO EM ADMINISTRAÇÃO
GESTÃO DE PESSOAS**

ESTÉFANI SANDMANN DE DEUS

**EMBELEZAMENTO FÍSICO: REQUISITO DA GESTÃO GERENCIALISTA PARA
O EXERCÍCIO DO TRABALHO IMATERIAL.**

Porto Alegre
2017

ESTÉFANI SANDMANN DE DEUS

**EMBELEZAMENTO FÍSICO: REQUISITO DA GESTÃO GERENCIALISTA PARA
O EXERCÍCIO DO TRABALHO IMATERIAL.**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração da Escola de Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para obtenção do título de Doutora em Administração.

Orientadora: Prof.^a Dra. Carmem Lígia Iochins Grisci.

Porto Alegre
2017

CIP - Catalogação na Publicação

Deus, Estéfani Sandmann de
EMBELEZAMENTO FÍSICO: REQUISITO DA GESTÃO
GERENCIALISTA PARA O EXERCÍCIO DO TRABALHO
IMATERIAL. / Estéfani Sandmann de Deus. -- 2017.
169 f.

Orientador: Carmem Lígia Iochins Grisci.

Tese (Doutorado) -- Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Escola de Administração, Programa de Pós-Graduação em Administração, Porto Alegre, BR-RS, 2017.

1. trabalho imaterial. 2. embelezamento físico. 3. gestão gerencialista. 4. cirurgia plástica estética.
I. Grisci, Carmem Lígia Iochins, orient. II. Título.

ESTÉFANI SANDMANN DE DEUS

**EMBELEZAMENTO FÍSICO: REQUISITO DA GESTÃO GERENCIALISTA PARA
O EXERCÍCIO DO TRABALHO IMATERIAL.**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração da Escola de Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para obtenção do título de Doutora em Administração.

Orientadora: Prof.^a Dra. Carmem Lígia Iochins Grisci.

Conceito Final

Aprovada em setembro de 2017

BANCA EXAMINADORA

Elaine Di Diego Antunes – PPGA/UFRGS

Janine Kieling Monteiro – PPGP/UNISINOS

Jaqueline Tittoni – PPGPSI/UFRGS

Carmem Lígia Iochins Grisci – PPGA/UFRGS

Para Alexandre, Arthur e Angelina.

AGRADECIMENTOS

À Alexandre Caio Milani, o grande amor da minha vida e o meu maior incentivador e colaborador.

Aos meus bebês Arthur e Angelina pelo amor e carinho fundamentais nessa trajetória.

Aos meus pais pelo apoio e amor incondicional.

A minha família pelo apoio e carinho.

À professora Carmem Ligia Iochins Grisci por acreditar neste trabalho e auxiliar de forma fundamental para sua efetivação.

Aos meus amigos pela paciência nas ausências e pelo carinho de todos os dias.

À Larissa Medianeira Bolzan, o meu maior presente do PPGA e a razão de eu continuar.

À professora Elaine Di Diego Antunes pelo apoio, pelo carinho e pela cumplicidade.

Aos entrevistados pela disponibilidade e pela receptividade.

À capes pelo apoio financeiro.

À Universidade Federal do Rio Grande do Sul por incentivar os seus pesquisadores.

À escola de administração e ao Programa de Pós-Graduação pelos ensinamentos transmitidos e pela acolhida dada através de seus funcionários e professores ao longo destes quatro anos.

Dizes que a beleza não é nada?
Imagina um hipopótamo com alma de anjo...
Sim, ele poderá convencer os outros de sua angelitude
- mas que trabalheira

(Mário Quintana – Beleza)

RESUMO

Este trabalho resultou de uma investigação que objetivou verificar e analisar, do ponto de vista de trabalhadoras que se submeteram a cirurgia plástica estética, se e de que modo o embelezamento físico se mostra como requisito da gestão gerencialista para o exercício do trabalho imaterial. Para tanto a revisão da literatura abrangeu trabalho imaterial, através de autores como Gorz, Grisci e Pelbart, gestão gerencialista, através de autores como Gaulejac e Chanlat, e embelezamento físico, através de autores como Mansano, Bauman e Lipovetsky. Trata-se de uma pesquisa qualitativa e exploratória, e, para sua realização foram entrevistados seis cirurgiões plásticos e seis trabalhadoras, indicadas por estes, que se submeteram a cirurgia plástica estética. As entrevistas ocorreram em três cidades do Rio Grande do Sul. A análise dos dados deu-se segundo os parâmetros de Minayo (2001). As evidências empíricas mostraram que, no caso das trabalhadoras entrevistadas, o embelezamento físico pode ser considerado requisito da gestão gerencialista para o exercício do trabalho imaterial. Além disso, mostraram que características da gestão gerencialista e do trabalho imaterial encontravam-se na narrativa das trabalhadoras estudadas. Mostraram ainda que os cirurgiões plásticos estéticos entrevistados, confirmam a tese de que, no caso, das trabalhadoras analisadas, a cirurgia plástica estética pode ser considerada um elemento de embelezamento físico utilizado a fim de se conseguir retorno no trabalho de cada uma. Por fim, as narrativas revelaram que a cirurgia plástica estética é também um artifício utilizado pelas trabalhadoras entrevistadas na tentativa de manter-se dentro de um determinado padrão de embelezamento físico que pode gerar rendimentos ao trabalho imaterial.

Palavras-chave: embelezamento físico, gestão gerencialista, trabalho imaterial, cirurgia plástica estética.

ABSTRACT

This paper is the result of a study that aimed to verify and analyze, from the point of view of workers that underwent cosmetic plastic surgery, if and how physical beautification is a requirement of managerialism to perform immaterial labor. The literature review included immaterial labor, through authors such as Gorz, Grisci and Pelbart, managerialism, through authors such as Gaulejac and Chanlat, and physical beautification, through authors such as Mansano, Bauman and Lipovetsky. This is a qualitative and exploratory research, and six plastic surgeons and six female workers were interviewed, workers who were referred by the surgeons and had undergone plastic surgery. The interviews took place in three cities of Rio Grande do Sul. Data analysis was performed according to Minayo's parameters (2001). Empirical evidence has shown that, in the case of female workers interviewed, physical beautification may be considered a requirement of managerial management for the exercise of immaterial labor. In addition, they showed that characteristics of managerialist management and immaterial work were found in the narrative of the workers studied. They also showed that the aesthetic plastic surgeons interviewed confirm the thesis that, in the case of the workers analyzed, cosmetic plastic surgery can be considered as a physical embellishment element used in order to achieve a return in the work of each one. Finally, the narratives revealed that cosmetic plastic surgery is also an artifice used by the workers interviewed in an attempt to keep within a certain pattern of physical beautification that can generate income for immaterial labor.

Key words: physical beautification, managerialism, immaterial labor, cosmetic plastic surgery.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Afrodite Capitolina, cópia romana, 300 a.C., Roma, Musei Capitolini	37
Figura 2 – Albrecht Dürer, tábula antropométrica em Da Simetria dos corpos humanos, 1591	39
Figura 3 – Fauno Barberini, 220 a.C. Munique, Staatliche Antikensammlungen	39
Figura 4 – Giovanni da Modena, Afresco do Inferno. Igreja de São Petrônio, Bolonha, 1410.	40
Figura 5 – Gentile de Fabriano, Adoração dos Magos, 1423. Florença, Galleria Degli Uffizi	41
Figura 6 – Ticiano Vecello, Vênus de Urbino, 1538. Florença, Galeria Degli Uffizi	42
Figura 7 – Leonardo Da Vinci, Retrato de Cecilia, Galleroni, 1485-1490. Cracóvia, Czartorysky Museum.....	42
Figura 8 – George Romney, Retrato de Lady Hamilton como Circe, 1782. Londres, Tate Gallery	43
Figura 9 – Autor desconhecido, Tea Party, National Portrait Gallery, Inglaterra, 1880	44
Figura 10 – Marcelo Dudovich, Esboço para publicidade do modelo 508 Balilla, 1934. Turim, Archivio Fiat.	44
Figura 11– Fotografia de Rita Hayworth	45
Figura 12 – Allen Jones com Philip Castle, Calendário Pirelli, 1973	46
Figura 13 – Cronologia das indicações "bola de neve" dos entrevistados	69
Figura 14 – Variação do volume de vendas do comércio varejista ampliado para a atividade artigos “farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos”, entre os anos 2010 a 2016	80
Figura 15 – Variação da receita nominal de vendas do comércio varejista ampliado para a atividade “artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos”	82
Figura 16 - Evolução do total de empresas do setor de beleza constituídas no Rio Grande do Sul.....	85
Figura 17 – Evolução no número de empresas abertas CNAE 9602-5 – Cabeleireiros	87

Figura 18 – Evolução no número de empresas abertas CNAE 4646-0 - Comércio atacadista de produtos de higiene pessoal	88
Figura 19 – Evolução no número de empresas abertas CNAE 4646-0 - Comércio atacadista de cosméticos e produtos de perfumaria	90
Figura 20 – Evolução no número de empresas abertas CNAE 9602-5 – Atividades de estética e outros serviços de cuidados com a beleza	91
Figura 21 – Evolução no número de empresas abertas CNAE 2063-1 – Fabricação de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	92
Figura 22 – Evolução no número de empresas abertas CNAE 4772-5 – Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	94

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Caracterização dos Cirurgiões Plásticos entrevistados	65
Tabela 2 – Caracterização das Trabalhadoras entrevistadas	65
Tabela 3 – Estatísticas descritivas (de janeiro de 2010 a dezembro de 2016)	79
Tabela 4 – Estatísticas descritivas (janeiro de 2010 a dezembro de 2016)	81
Tabela 5 – CNAE das atividades relacionadas para pesquisa	83
Tabela 6 – Número de novas empresas do setor de beleza registradas na JUCERGS (entre 1994 e 2016)	84
Tabela 7 – Número de empresas abertas CNAE 9602-5 – Cabeleireiros	85
Tabela 8 – Número de empresas abertas CNAE 4646-0 – Comércio atacadista de produtos de higiene pessoal	87
Tabela 9 – Número de empresas abertas CNAE 4646-0 – Comércio atacadista de cosméticos e produtos de perfumaria	88
Tabela 10 – Número de empresas abertas CNAE 9602-5 – Atividades de estética e outros serviços de cuidados com a beleza	90
Tabela 11– Número de empresas abertas CNAE 2063-1 – Fabricação de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	91
Tabela 12 – Número de empresas abertas 4772-5 – Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	93

LISTA DE SIGLAS

ABIHPEC - Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal Perfumaria e Cosmético

CAPES - Comissão de Aperfeiçoamento do Pessoal

CLT - Consolidação das Leis Trabalhistas

HPPC - Higiene Pessoal Perfumaria e Cosmético

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IPI - Imposto sobre produtos industrializados

JUCERGS - Junta Comercial do Estado do Rio Grande do Sul

PMC – Pesquisa Mensal de Comércio

SBCP - Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	16
1.1 QUESTÕES NORTEADORAS E QUESTÃO DE ESTUDO	19
1.2 OBJETIVO GERAL.....	21
1.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	21
2. LITERATURA.....	24
2.1 TRABALHO IMATERIAL.....	24
2.2 GESTÃO GERENCIALISTA	31
2.3 EMBELEZAMENTO FÍSICO	36
2.3.1 Beleza física no trabalho imaterial sob a perspectiva da gestão gerencialista .	58
3. EPISTEMOLOGIA E ESCOLHAS METODOLÓGICAS.....	60
3.1 O PARADIGMA EPISTEMOLÓGICO: CONSTRUCIONISMO SOCIAL.....	60
3.2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	62
3.2.1 Método	62
3.2.2 Participantes	64
3.2.3 Coleta De Dados.....	67
3.2.4 Análise de Dados	71
4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	73
4.1 . INDÍCIOS RELATIVOS À TEMÁTICA	73
4.1.1 Indícios advindos da Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica.....	73
4.1.2 Indícios advindos da Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, perfumaria e Cosméticos	75
4.1.3 Indícios advindos do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.....	78
4.1.4 Indícios advindos da Junta Comercial do Estado do Rio Grande do Sul	83
4.2 TEMPLOS DO EMBELEZAMENTO COMO COROLÁRIO DA BUSCA PELA.....	94
BELEZA FÍSICA	94
4.2.1 Templos de embelezamento.....	95

4.2.2	Decoração clássica a refletir a beleza das formas	99
4.2.3	Espelho como artifício para fazer olhar para si.....	101
4.3	O TRABALHO IMATERIAL NAS NARRATIVAS RELATIVAS AO EMBELEZAMENTO FÍSICO VIA CIRURGIA PLÁSTICA ESTÉTICA	103
4.3.1	Trabalhadoras que se submeteram a cirurgia plástica estética e suas trajetórias profissionais.....	103
4.3.2	Características do trabalho imaterial na narrativa das trabalhadoras que se submeteram a cirurgia plástica estética	106
4.3.3	Características do trabalho imaterial presentes na narrativa dos cirurgiões plásticos estéticos	112
4.4	A GESTÃO GERENCIALISTA NAS NARRATIVAS RELATIVAS AO EMBELEZAMENTO FÍSICO VIA CIRURGIA PLÁSTICA ESTÉTICA.	115
4.4.1	Características da gestão gerencialista na narrativa das trabalhadoras.....	116
4.4.2	Características da gestão gerencialista na narrativa dos cirurgiões plásticos estéticos	120
4.5	O ENTENDIMENTO DO QUE É EMBELEZAMENTO FÍSICO	122
4.5.1	Embelezamento físico na perspectiva das trabalhadoras que se submeteram a cirurgia plástica estética.....	123
4.5.2	Embelezamento físico na perspectiva dos cirurgiões plásticos entrevistados	133
4.6	A CIRURGIA PLÁSTICA ESTÉTICA E SUA RELAÇÃO COM O TRABALHO IMATERIAL.....	136
4.6.1	Da passagem dos artifícios de embelezamento físico mais simples à cirurgia plástica estética	136
4.6.2	Do ponto de vista dos cirurgiões plásticos estéticos.....	147
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	149
	REFERÊNCIAS	155
	APÊNDICE A – RESULTADOS DO LEVANTAMENTO BIBLIOGRÁFICO EFETUADO	164
	APÊNDICE B- MODELO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO.....	166

APÊNDICE C – ROTEIRO BÁSICO DE ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA COM MÉDICOS CIRURGIÕES PLÁSTICOS.....	167
APÊNDICE D – ROTEIRO BÁSICO DE ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA COM TRABALHADORES QUE EFETUARAM CIRURGIA PLÁSTICA ESTÉTICA.....	168

1. INTRODUÇÃO

O embelezamento físico tem sido comumente associado ao trabalho, segundo mostram as manchetes de revistas populares de grande circulação que seguem: “A vitória sobre o espelho: a conquista da beleza, que causa tanta ansiedade, nunca esteve mais à mão do que hoje, com a ajuda da medicina e da ginástica” (VEJA, agosto/1995, p. 70-79); “Capital erótico: você sabe o que é? Sabe se tem?” (HAKIM; WEINBERG, abril/2010, UOL *on-line*); “Veja quando o capital erótico passa de positivo a negativo na carreira” (UOL, abril/2010, UOL *on-line*); “Beleza e poder: até que ponto o visual de uma presidente influi no sucesso de sua empresa?” (BRITO, outubro/2010, Isto É *on-line*); “*¿Tu belleza puede dejarte sin empleo? Una mujer considerada bonita no siempre es elegida para realizar un trabajo masculino: estudio entre las mismas mujeres se suele excluir a la candidata que representa competencia por su físico*”¹ (HERNANDES, março/2011, CNN Expansión); “Beleza no trabalho: novos estudos revelam que a aparência é um dos principais segredos do sucesso – e não há nada de errado em usá-la” (MARTINS; PEROSA, setembro/2011, p. 92-99); “Atratividade social no trabalho é mais importante que beleza física, diz cientista” (VALENTE, setembro/2012, UOL *on-line*); “*Don’t hate me because I’m beautiful: Attractive women should not include a photo with a job application*” (THE ECONOMIST, março/2012, The Economist *on-line*);² “Beleza física pode trazer vantagem para carreira” (TOZZI, agosto/2012, pp. 1-2); “Candidatos à vaga de emprego em Porto Alegre ganham trato no visual” (<www.g1.globo.com>, recuperado em 07 de maio/2013); “Suor e saúde a preço de ouro: Academias de luxo avançam no país e cobram até 900 reais por mês para prover mimos e serviços dignos de hotelaria cinco estrelas para os clientes exigentes” (BERTÃO, junho/2013, Veja *on-line*); “Beleza natural cria modelo de sucesso no acirrado mundo dos salões” (FERREIRA; agosto/2013, Veja *on-line*); “Pai de Gisele revela segredos de gestão que nortearam carreira da filha” (ORTOBONI, agosto/2013, Veja *on-line*). “*Es la obesidad una barrera para conseguir empleo?: vidas activas y saludables como fórmula ganadora*”³(MIJARES, maio/2014, En Oriente); “Como a beleza, no Brasil, virou religião e o corpo, uma obsessão” (BEIRÃO, dezembro/2014, Carta Capital *on-line*); “Como

¹ Tradução livre: “Sua beleza pode deixá-la sem emprego? Uma mulher considerada bela nem sempre é escolhida para realizar um trabalho masculino: Estudo revela que, entre as mesmas mulheres, tende a ser excluída a candidata que representa competência pelo seu físico”.

² Tradução livre: “Não me odeie porque sou bonita: mulheres atraentes não devem incluir uma foto em um pedido de emprego”.

³ Tradução livre: “Seria a obesidade uma barreira para conseguir emprego? Vidas ativas e saudáveis como fórmula vencedora”.

os padrões de beleza estão se tornando mais exigentes e irrealistas: No Brasil, país que recentemente se tornou o campeão mundial de cirurgias estéticas, a onda é falar do corpo alheio, qualquer corpo" (DUARTE, janeiro/2015, Zero Hora); "Scientists Seek Ban on Method of Editing the Human Genome"⁴ (WADE; março/2015, The New York Times); "Registros de MEI do mercado da beleza cresce no Brasil" (SHINAMOTO; março/2016, Investimentos e Negócios *on-line*); "Número de salões de beleza quase quadruplicou nos últimos quatro anos - Em 2012 eram 155 mil salões. Hoje já são quase 600 mil, segundo SEBRAE" (BAST; junho/2016, G1 *on-line*).

No Facebook existem diversos *profiles*, seguidos por milhares de pessoas, acerca de temáticas relacionadas à beleza física. Lembrando que *profiles* são perfis públicos que podem estar ligados a pessoas, produtos, estabelecimentos comerciais, desenhos, bandas, artistas, etc. Quando um usuário da rede Facebook segue tal *profile*, geralmente o faz porque demonstra interesse no assunto ou concorda com o conteúdo que tal *profile* divulga. A maior parte dos *profiles* que aparecem em uma busca utilizando a palavra "beleza" relacionam-se a produtos de beleza, salões de beleza, outros espaços dedicados a cuidar da beleza e ainda a dicas de beleza.

No canal YouTube, considerado um novo meio digital de divulgação de informações e serviços, foram encontrados aproximadamente 3.260.000 (três milhões, duzentos e sessenta mil) resultados relativos à palavra beleza. Se a busca for feita por "dicas de beleza", tem-se aproximadamente 334.000 (trezentos e trinta e quatro mil) resultados. Destaca-se entre eles: propagandas de produtos de beleza diversos, trechos de programas de televisão que dão dicas de produtos, trechos de programas de televisão que ensinam diversas formas de cuidado relacionadas à preocupação com beleza, dicas de anônimos sobre beleza e saúde, truques de beleza dos famosos, dicas para abrir um negócio e ganhar com a beleza, dicas de beleza para homens, dicas de beleza infantil, dicas de beleza para disfarçar a idade, beleza dos cabelos, beleza do rosto, etc. Tais dados são pertinentes para ressaltar as diversas formas pela qual a beleza física vem sendo ressaltada na sociedade atual.

A respeito do que tratam tais manchetes e informações, foi elaborado o Projeto de Lei nº 6.124, de 2013. Tal Projeto alerta para a prática, existente no Brasil, de utilização do corpo do funcionário através de roupas e acessórios que evidenciem sua beleza física em prol da rentabilização da empresa. Esse projeto tem por objetivo proibir que empregadores exijam de suas funcionárias o uso de roupas que exponham seus corpos. O texto altera a Consolidação das Leis Trabalhistas (CLT) e prevê sanções para tal prática dentro de empresas. A publicação desse

⁴ Tradução livre: "Método de edição de DNA pode aumentar inteligência e beleza."

Projeto de Lei assume, portanto, a existência desse expediente dentro das organizações e corrobora com a argumentação feita neste trabalho. Tal Projeto continua em tramitação no governo federal, mas sem previsão para sua discussão.

Para fins de embelezamento físico, atualmente, cada vez mais pessoas vêm recorrendo a procedimentos estéticos, sendo alguns destes permanentes e invasivos, como a cirurgia plástica estética. A Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica (SBCP, 2017a) afirma que o Brasil já é o primeiro no *ranking* mundial de cirurgias plásticas estéticas realizadas.

De forma a justificar a realização deste trabalho, foi realizado um levantamento bibliográfico dos artigos publicados no período de 2010 a 2016 em 57 periódicos nacionais e internacionais. Foram considerados aqueles de maior fator de impacto na área específica de gestão de pessoas e classificados nos extratos A1 e A2 ou equivalente do Qualis da CAPES de Administração, Contábeis e Turismo. Foram encontrados 33 artigos que contemplam as seguintes palavras-chave: “Trabalho imaterial”; “gestão gerencialista”, “beleza” e “corpo”; “*immaterial labor*”, “*managerialist management*”, “*beauty*” e “*body*”. Estas foram utilizadas no estudo de modo isolado ou em conjunto. Um resumo encontra-se na tabela localizada no Apêndice A deste trabalho.

Importa ressaltar que, do total de artigos encontrados acerca da temática geral, nenhum trata das palavras-chave em conjunto. Ou seja, todos os artigos tratam de apenas uma ou duas palavras-chave pesquisadas. Tal dado é importante para inferir que essa é uma área que ainda necessita de amplos estudos e pesquisas. Após a leitura atenta e completa dos textos, com intuito de identificar o foco das questões apontadas pelos autores, dá-se destaque a: estudos relacionados à beleza e cirurgia plástica estética; pesquisas sobre trabalho imaterial e gestão; investigação sobre trabalho e beleza física; estudos sobre obesidade nas organizações; esboços sobre a indústria da beleza; revisão bibliográfica sobre estética e imagem; o desenvolvimento de escalas de normatização para beleza; estudos sobre publicidade e propaganda em revistas de beleza; e estudos sobre representações sociais de pacientes amputados.

Com relação aos estudos relacionados à beleza e cirurgia plástica estética, destacam-se os seguintes: estudos sobre as características e personalidades de mulheres que buscam cirurgia plástica estética; estudos para compreender crenças; estudos sobre as atitudes de universitárias que buscam cirurgia plástica estética; e estudos sobre a construção de sentidos relacionados às pessoas que fazem cirurgia plástica estética. Em geral, os artigos identificam características relacionadas às pessoas que buscam a cirurgia plástica estética de diversas faixas etárias e

concentram-se em explicar quais são as cirurgias efetuadas. Não são feitas relações com questões relacionadas ao trabalho.

Nos estudos relacionados a trabalho imaterial e gestão, os temas encontrados foram: trabalho imaterial e dilemas bancários; trabalho e gestão; trabalho; e biopoder, além de debates sobre trabalho imaterial e discurso gerencial. Importa ressaltar que, embora não tratem do assunto beleza física, tais trabalhos trazem discussões sobre gestão gerencialista e apresentam referências encontradas na revisão teórica deste projeto.

Foram encontrados ainda estudos sobre: beleza feminina nas relações de trabalho; estudos sobre a relação entre a aparência facial e posições de liderança no trabalho; aparência relacionada a posições de liderança no trabalho; trabalho e envelhecimento; homossexualidade, beleza e relações de trabalho; envelhecimento; capital físico relacionado a profissionais de direito e contabilidade; e atratividade física relacionada à confiabilidade de vendas de marcas. As análises ressaltam a importância da beleza física no trabalho, mesmo que em diferentes áreas. Além disso, apontam para a importância do embelezamento físico em líderes ou ocupantes de cargos de liderança, como forma de exaltar que, além de bem-sucedidos, devem permanecer belos para ocupar tais cargos.

Nos estudos sobre obesidade nas organizações, encontrou-se artigos que tratam da questão em grandes corporações e concluem que pessoas consideradas obesas acabam sendo consideradas menos confiáveis, incorrendo em prejuízos financeiros por conta disso. Ademais, um dos trabalhos tratava sobre o tema de obesidade na adolescência, citando a dificuldade de jovens considerados acima do peso em inserirem-se no mercado de trabalho. Ressalta-se que tais trabalhos se destacam por tratar a obesidade como problema nas questões relacionadas ao trabalho.

Desta forma, em contradição às divulgações efetuadas em revistas de grande circulação acerca do embelezamento físico e sua relação com o trabalho, verificou-se que o tema não é explorado academicamente. Sendo assim, este trabalho pretende auxiliar no preenchimento desta lacuna.

1.1 QUESTÕES NORTEADORAS E QUESTÃO DE ESTUDO

Na sociedade líquido-moderna, os limites entre a vida pessoal e o trabalho são cada vez mais tênues (BAUMAN, 2009). As exigências relacionadas aos modos de viver e trabalhar

extrapolam o tempo de trabalho, avançando sobre o tempo de vida (GAULEJAC, 2007). O apelo que os indivíduos sofrem abarca, inclusive, a produção de corpos condizentes às exigências do trabalho imaterial, tomada na perspectiva da gestão gerencialista (GAULEJAC, 2007; GRISCI, 2008; GRISCI; DEUS; RECH; RODRIGUES; GOIS, 2014).

Argumenta-se, em concordância com Grisci et al. (2014) e com Grisci, Becker, Scalco e Kruter (2008), que, na sociedade líquido-moderna (BAUMAN, 2009), a gestão gerencialista (GAULEJAC, 2007) induz os sujeitos à construção de um estilo de vida que passa por moldar seus corpos conforme um ideal de beleza física, o qual aufere rendimentos ao trabalho imaterial (GORZ, 2005; LAZZARATO; NEGRI, 2001). O trabalho imaterial – compreendido como aquele que compõe as atividades corporais, intelectuais, criativas, afetivas e comunicativas mobilizadas pelos trabalhadores em termos de engenhosidade, gerenciamento de informação, tomada de iniciativa, investimento pessoal na tarefa e nas relações, antecipação e resolução de problemas (GRISCI, 2008) – se vê como uma nova relação produção-consumo que busca suscitar sentimentos de confiança, segurança e conforto nos consumidores, passando, tal relação, a ser considerada indispensável à produção e à competitividade das empresas (LAZZARATO; NEGRI, 2001; GORZ, 2005). É desta forma que o trabalho imaterial mobiliza o trabalhador a produzir também a si mesmo (GORZ, 2005). Tal produção de si toma grande parte do tempo de vida do trabalhador, que vive uma incessante busca por tornar-se o melhor. Insere-se, nesta perspectiva, a gestão gerencialista e a busca pelo embelezamento físico.

A gestão gerencialista (GAULEJAC, 2007), vista como um campo de abrangência dos estudos entre trabalho imaterial e embelezamento físico, dada a ênfase voltada à gestão de si – que compreende questões como a adaptabilidade e o engajamento do indivíduo nas organizações, além da primazia da eficiência e eficácia a qualquer custo (GAULEJAC, 2007) –, permeia a sociedade nos assuntos de trabalho, vida pessoal, economia e política (GAULEJAC, 2007).

O embelezamento físico, tomado na perspectiva do trabalho, foi associado aos estudos de Hamermesh e Biddle (1994), Leist (2003), Hamermesh e Parker (2005), Morris (2007), Grisci (2008), Harper (2008), Fletcher (2009), Batista (2011) e Grisci et al. (2014) apontam para certa supremacia do embelezamento físico em ambientes de trabalho diversificados (bancos, universidades, etc.). Compreendendo-se trabalho imaterial como aquele que requer e mobiliza características pessoais para o seu exercício (GORZ, 2005), e a gestão gerencialista como uma prática de gestão que tudo busca rentabilizar (GAULEJAC, 2007).

Assim, toma-se por questões norteadoras: Que corpo correspondente às demandas do trabalho imaterial? Como a gestão gerencialista induz os trabalhadores a moldarem seus corpos para o trabalho imaterial? Quais as relações que se estabelecem entre trabalho imaterial e embelezamento físico?

Diante disso, emerge a seguinte questão de estudo: O embelezamento físico se configura como um dos requisitos da gestão gerencialista para o exercício do trabalho imaterial? Em caso afirmativo, de que modo?

1.2 OBJETIVO GERAL

Verificar e analisar, do ponto de vista das trabalhadoras que se submeteram a cirurgia plástica estética, se e de que modo o embelezamento físico se mostra como requisito da gestão gerencialista para o exercício do trabalho imaterial.

1.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Apresentar indícios relativos à temática a partir da Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica (SBCP), da Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal Perfumaria e Cosmética (ABIHPEC), do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e da Junta Comercial do estado do Rio Grande do Sul (JUCERGS);
2. Apresentar e analisar as principais características das clínicas de cirurgias plásticas utilizadas pelas trabalhadoras que efetuaram cirurgia plástica estética;
3. Verificar e analisar se e como as características do trabalho imaterial se apresentam na narrativa das trabalhadoras que efetuaram cirurgia plástica estética;
4. Verificar e analisar se e como as características da gestão gerencialista se apresentam na narrativa das trabalhadoras que efetuaram cirurgia plástica estética;
5. Verificar e analisar o que as trabalhadoras que efetuaram cirurgia plástica estética compreendem por embelezamento físico;
6. Verificar e analisar se e como as trabalhadoras que efetuaram cirurgia plástica estética relacionam a cirurgia plástica estética realizada com o seu trabalho;

Neste trabalho, o Capítulo 2 contempla a revisão da literatura e terá os seguintes tópicos: as transformações no mundo do trabalho (DAL ROSSO, 2008; DEJOURS, 1992; BERNARDO, 2009; BAUMAN, 2001; GALVÃO; SILVA; COCCO, 2003; DEJOURS, 2005; DAL ROSSO, 2008; BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2009; SENNET, 2012; BERNARDO, 2009); trabalho imaterial (COCCO, 1999; GORZ, 2005; PELBART, 2000; LAZZARATO; NEGRI, 2001; HARDT; NEGRI, 2005; ALVES, 2008; GRISCI, 2008; GRISCI; CARDOSO, 2014; MANSANO; CARVALHO, 2015); gestão gerencialista (GAULEJAC, 2007; CHANLAT, 2010); e embelezamento físico (ECO, 2010; EATON, 2000; SARTWELL, 2004; BORDO, 2000; SCHOPENHAUER, 2003; LIVIO, 2008; PAIVA; SODRÉ, 2014; LIPOVESTKY, 1983; WOLF, 1992; FISCHER, 1996; BAUMAN, 2009; DAGOGNET, 2012; MENDES, 2007; FOUCAULT, 1992; 1996; MANSANO, 2009; COUTO, 2007; BAUMAN, 2001; 2009; 2012; BRANDINI, 2007; SANT'ANNA, 2001; NOVAES, 2011; BERCITO, 2011; SENNET, 2012; SARTWELL, 2004; FONTES, 2007), também considerando estudos que relacionam trabalho e embelezamento físico (HAMERMESH; BIDDLE, 1994; HARPER, 1999; LEIST, 2003; HAMERMESH; PARKER, 2005; MORRIS, 2007; GRISCI, 2008; FLETCHER, 2009; ECCEL; GRISCI; TONON, 2010; BATISTA, 2011; CASACA, 2012). De forma a fechar o capítulo, apresenta-se o conceito de beleza física vigente em diferentes épocas e argumenta-se a favor de sua relação com a noção de trabalho imaterial e da gestão gerencialista.

O Capítulo 3 apresenta a epistemologia e as escolhas metodológicas. Os pressupostos fundamentais do construcionismo social (SCHWANDT, 2000; HAMMOUTI; ÍÑIGUEZ, 2002; MARTINS, 2002) foram tomados como alicerce à estruturação do estudo. Os procedimentos metodológicos seguiram orientação de Godoy (2005), Denzin e Lincoln (2000), Minayo (1992), Flick (2009), Minayo e Sanches (1993), Triviños (2009), Severino (2007), Bauer e Gaskell (2002), Marre (1991), Gil (2008), Triviños (2009), Cavedon (2008) e Marconi e Lakatos (2011). Minayo (2001) foi utilizada para método, coleta e análise de dados.

O Capítulo 4 apresenta os resultados do presente estudo. Primeiramente são apresentados os dados coletados na Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica (SBCP), na Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC), no Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e na Junta Comercial do Rio Grande do Sul (JUCERGS). Tais informações constituem os indícios relativos à temática e permitem compreender a relação entre produção e consumo relativo ao embelezamento físico no Brasil. Após são apresentadas observações efetuadas em clínicas de cirurgia plástica estética acerca da

relação entre o ambiente destas clínicas e o embelezamento físico. O trabalho imaterial e a gestão gerencialista são apresentadas nas narrativas relativas ao embelezamento físico via cirurgia plástica estética. O embelezamento físico é apresentado na perspectiva das trabalhadoras que se submeteram a cirurgia plástica estética e na perspectiva dos cirurgiões plásticos estéticos. Da mesma forma, o entendimento do que é o embelezamento físico e a cirurgia plástica estética e sua relação com o trabalho imaterial também são apresentados a partir da perspectiva das trabalhadoras que se submeteram a cirurgia plástica estética e do cirurgião plástico estético. Por fim, apresentam-se as considerações finais. Ressalta-se que este estudo contribui para a área de Administração ao dar evidências empíricas que podem ser utilizadas para preencher um hiato presente neste campo de estudos da gestão de pessoas.

2. LITERATURA

Este capítulo apresenta a literatura utilizada neste trabalho. Ele abrange os conceitos de trabalho imaterial, gestão gerencialista e embelezamento físico. Embelezamento físico é estudado a partir das definições de beleza, beleza física, corpo e, também, aparência física. Ainda, ao final deste capítulo é feita uma pequena reflexão acerca do embelezamento físico no trabalho imaterial sob a perspectiva da gestão gerencialista.

2.1 TRABALHO IMATERIAL

*Sem trabalho eu não sou nada
Não tenho dignidade
Não sinto o meu valor
Não tenho identidade*

(Legião Urbana - Música de Trabalho)

O deslocamento do discurso empresarial para aquilo que Bernardo (2009, p. 19) denomina por “discurso otimista a respeito das características do mundo do trabalho na atualidade”, caracterizado pela utilização de denominações como “colaborador”, estão ligados à flexibilização do trabalho na atualidade, se comparado aos sistemas laborais anteriores (fordismo e toyotismo, por exemplo). Na prática o trabalhador deixa de ser denominado recurso humano e passa a ser um colaborador da organização. Bernardo (2009, p. 30) propõe que essas manifestações “estão diretamente relacionadas às necessidades trazidas pelas novas configurações do capitalismo”. Porém, tais denominações, seriam apenas retóricas, já que a intensificação do trabalho continua, muda-se apenas o discurso utilizado (DAL ROSSO, 2008).

Se antes a junção de técnicas relacionadas aos estudos de tempos e movimentos com as esteiras rolantes eram consideradas formas de intensificar o trabalho (DAL ROSSO, 2006), atualmente a intensificação se dá pelas novas tecnologias (celular, *tablet*, *laptop*) que aproximam os trabalhadores de suas tarefas diárias, e, muitas vezes, nunca o afastam delas. Galvão, Silva e Cocco (2003, p. 7) salientam da importância das novas formas de tecnologia para a transformação da economia industrial e do processo produtivo em "atividades imateriais". Ou seja, a inovação e a circulação fizeram com que o trabalho imaterial se emancipe da fábrica e do trabalho assalariado (GALVÃO, SILVA, COCCO 2003). Sendo assim, foram as

novas tecnologias de informação e comunicação, que ao possibilitarem novas formas de distribuição e comercialização dos produtos, consolidaram as atividades imateriais (GALVÃO, SILVA, COCCO 2003).

Ao discutir as novas configurações do trabalho, Boltanski e Chiapello (2009, p. 192) dizem que, neste novo mundo de conexões, “a distinção entre vida privada e vida profissional tende a desvanecer-se”. São intensificadas as relações no momento em que almoços, cafés, jantares e até mesmo, exercícios físicos são feitos em ambiente de trabalho ou com os colegas. Além disso, o elo entre relações afetivas e relações úteis, no que se refere ao ambiente de trabalho, estreita-se cada vez mais (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2009). Esses fenômenos aliam-se a mudanças no ritmo e nas condições de trabalho e também na remuneração. Boltanski e Chiapello alertam para as mudanças nas relações de trabalho:

O executivo assalariado de tempo integral, que ocupava emprego estável numa grande empresa, que encarna o segundo espírito do capitalismo, é substituído pelo colaborador intermitente, cuja atividade pode ser remunerada de diferentes maneiras: salários, honorários, direitos autorais, royalties sobre patentes etc., o que tende a atenuar a diferença entre rendimentos do capital e rendimentos do trabalho (2009, p. 192).

As novas configurações do capitalismo na sociedade líquido-moderna, compreendida por Bauman (2007, p. 7) como aquela em que a “vida líquida, [...] não pode manter a forma ou permanecer em seu curso por muito tempo”, propõem novas formas de trabalho, de remuneração e de condições laborais (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2009). No entanto, essas modificações, conquanto utilizem a máscara da flexibilização, tornaram o trabalho mais intenso e exigem cada vez mais do trabalhador (BERNARDO, 2009; DAL ROSSO, 2008).

A definição de trabalho apresentada por Dejours (2005, p. 42-43) -“atividade coordenada desenvolvida por homens e mulheres para enfrentar aquilo que, em uma tarefa utilitária, não pode ser obtido pela execução estrita da organização prescrita” - endossa essa intensificação. Não se trata, portanto, apenas daquilo que está prescrito, pois as tarefas de cada trabalhador incidem “sobre a dimensão humana do trabalho”, adicionando “aquilo que deve ser ajustado” por ele próprio (DEJOURS, 2005, p. 43). Dessa forma, o trabalho depende não somente da execução de tarefas estritas, mas dos saberes e práticas necessários para essa execução e que são intrínsecos a cada trabalhador. Por conta disso, esse trabalhador vê seu trabalho tomar sua vida por completo em uma intensificação sem precedentes na história do trabalho.

Esse ajustamento ocorre também por conta da flexibilidade, que é considerada por Sennett (2012b) como uma característica predominante das relações sociais atuais. O autor ainda explica que a origem da palavra advém da observação de que, embora as árvores se dobrem ao vento, suas folhas sempre voltam à posição inicial. O sociólogo norte-americano elucida que “a sociedade busca hoje meios de destruir os males da rotina com a criação de instituições mais flexíveis” (SENNETT, 2012b, p. 53).

Na esfera do trabalho, Sennett (2012b, p. 55) propõe uma reflexão acerca dos “ritmos que Diderot descrevia na fábrica de papel ou os hábitos retratados por Anthony Giddens”, que representariam um tempo mais contínuo se comparado à mudança flexível que tenta “reinventar decisiva e irrevogavelmente as instituições, para que o presente se torne descontínuo com o passado”. Nesse caso, “o trabalho é fisicamente descentralizado”, mas “o poder sobre o trabalhador [é] mais direto” (SENNETT, 2012b, p. 68). Ou seja, não obstante a flexibilidade trazer vantagens ao ambiente de trabalho, ela corrobora práticas que impõem ainda mais atividades ao trabalhador.

A organização flexível e suas “redes elásticas” significam um passo além, se comparadas às hierarquias piramidais da era fordista (SENNETT, 2012b, p. 55). No entanto, Sennett (2012b, p. 55) sugere certa incoerência na fragilidade dos nódulos destas redes, alertando para a necessidade de revisar a discussão acerca da flexibilidade. Importa, nesse caso, deixar claro que se trata de uma característica do trabalho em que “o tempo da flexibilidade é o tempo de um novo poder” (SENNETT, 2012b, p. 69). Ainda que o ambiente seja considerado flexível, ele leva o trabalhador a sentir-se cada vez mais pressionado a efetuar outras tarefas, num trabalho constante e intermitente (BERNARDO, 2009).

Cocco (1999, p. 265) analisa as transformações do trabalho na “era da informação” e diz que o pós-fordismo procura redefinir as “dimensões espaço-temporais” na globalização. O autor reflete acerca da existência de deslocamentos do pós-fordismo para “um regime de acumulação (pós-fordista) em que a produção e circulação se confundem com uma cooperação social que a fábrica não padroniza mais” (COCCO, 1999, p. 269). Ele ressalta que o “mercado entrou na fábrica”, obrigando-a a flexibilizar-se, ser volátil, e adiciona que tal regime foi generalizado em toda a sociedade (COCCO, 1999, p. 273). A aparente flexibilização do trabalho, esconde uma intensificação deste que abrange inclusive o conhecimento adquirido pelo trabalhador.

Cocco (1999) afirma que a volatilidade e a flexibilidade deslocam os paradigmas conceituais para um processo por ele denominado “desterritorialização” e “reorganização

empresarial”. Segundo o autor, nesse moderno paradigma “emerge um novo tipo de trabalho fruto da recomposição do trabalho intelectual e manual e, ao mesmo tempo, da superação desses dois termos” (COCCO, 1999, p. 273). Para ele, novas competências acompanham este trabalho e dizem da capacidade de inovações técnicas e comunicacionais, em que se exige dos trabalhadores cada vez maior intensidade de “cooperação e de subjetividade” (COCCO, 1999, p. 273). Segundo Lazzarato (2003, p.67) o conhecimento estaria "incorporado ao trabalho e o capital" e serve para intensificar e multiplicar o trabalho. Cocco (2001) afirma que ao romper com a disciplina taylorista, utilizando recursos de linguagem para isso, a organização industrial torna-se mais flexível, construindo redes virtuais que se conectam. Dessa forma, "o trabalho, ao invés de encolher, se expande à sociedade e à vida como um todo" (COCCO, 2001, p. 274).

Hardt e Negri (2005) propõem a compreensão de trabalho imaterial através de duas perspectivas. Para eles, há, em primeiro lugar, o trabalho intelectual ou trabalho linguístico, conectado à resolução de problemas, às tarefas analíticas. Este produz “ideias, símbolos, códigos, textos” (HARDT; NEGRI, 2005, p. 149). Há, em segundo lugar, o trabalho afetivo, conectado à produção de sensações de “bem-estar, tranquilidade, satisfação”, o qual se refere à competência dos trabalhadores em desenvolver determinadas capacidades comportamentais para realização de suas tarefas (HARDT; NEGRI, 2005, p. 149). Hardt e Negri (2006) adicionam uma terceira forma à caracterização do trabalho imaterial. Nesta, o trabalho imaterial relaciona-se às atividades industriais que foram informatizadas e incorporaram novas tecnologias da informação, numa transformação ligada ao processo produtivo (HARDT; NEGRI, 2006). Portanto, “trabalho material de produção de bens duráveis mistura-se com o trabalho imaterial e se inclina em direção dele” (HARDT; NEGRI, 2006, p. 314).

Grisci (2008, p. 4) entende que trabalho imaterial é “o conjunto de atividades corporais, intelectuais, criativas, afetivas e comunicativas inerentes ao trabalhador, atualmente valorizadas e demandadas como condição indispensável à produção”. Segundo a autora, o novo paradigma tecnológico relacionado às novas tecnologias da informação, atreladas às atuais formas de controle do trabalho, vem “colaborando para que a gestão demande dos trabalhadores uma mobilização subjetiva sem precedentes” (GRISCI, 2008, p. 3).

Em um estudo feito em uma instituição bancária portuguesa, Grisci (2008, p.4) explica que o trabalho imaterial “anuncia liberdades ampliadas”, principalmente por causa de fatores como a “diminuição da alienação do trabalho e das fronteiras e dos meios de confinamento, uma vez que passa a ressaltar características como iniciativa, inteligência, cooperação, domínio do processo, tomada de decisão, envolvimento afetivo e diálogo com os clientes” (GRISCI,

2008, p. 5). Alerta, contudo, que tais liberdades são conjugadas a “outras formas de controle e servidão que extrapolam as previsões das antigas formas de poder” (GRISCI, 2008, p. 5).

O modelo fordista de produção propunha um controle que “impedisse os movimentos autônomos e impusesse a disciplina e a uniformização de comportamento” no intuito de “manter os indivíduos fixos sob o foco da vigilância” (GRISCI, 2008, p. 5). Neste modelo o “trabalhador é chamado a ser sujeito do trabalho, além de o controle prescindir da imobilidade dos corpos para se exercer, a demanda por diversidade e mobilidade é notável” (GRISCI, 2008, p. 5-6). Ressalta-se que o trabalho “permanece tão imobilizado quanto no passado - mas o lugar que imaginava estar fixado de uma vez por todas perdeu sua solidez de outrora; buscando rochas, as âncoras encontram areias movediças” (BAUMAN, 2001, p. 77). Dessa forma, cabe ao indivíduo descortinar sua própria capacidade e estende-las da melhor forma que conseguir em prol de servi-las de forma satisfatória (BAUMAN, 2001).

Na esteira destas ideias, Alves (2008) afirma que o toyotismo, por trás de um aparente envolvimento consensual e participativo dos trabalhadores, teria em sua essência maiores possibilidades de manipulação das subjetividades dentro das organizações. Segundo o autor, a própria lógica de manipulação do toyotismo atinge a “psique humana” e “captura” a subjetividade do trabalhador (ALVES, 2008, p. 223). E, nessa captura de subjetividade que se encontra o trabalho imaterial, pois ele é o conjunto de atividades e saberes que é colocado em evidência e posto a trabalhar pelo capital (ALVES, 2008).

Nos séculos XIX e XX o que ficou marcado foi a intensa produção fabril e modos de subjetivação como forma de fazer obedecer, principalmente, no interior das fábricas, já que, os trabalhadores se sentiam vigiados. Essa vigilância fazia com que o trabalhador tivesse medo de sofrer penalidades e /ou sanções caso fosse pego fazendo algo errado. Podemos observar um componente importante subjetivo o medo de ser demitido, excluído da produção por baixo rendimento ou por desobediência.

Ao passar do tempo esse modo de subjetivação, denominada de disciplinar, sofreu mudanças, como explica Mansano e Carvalho (2015, p. 656) “toda política de subjetivação envolve uma construção complexa que não cessa em seus movimentos de ruptura, polêmica e transformação”. É Nesse momento que surge o trabalho imaterial, pois foram necessárias intervenções “sobre a existência da população” passando a se dar valor a outros “componentes subjetivos” (MANSANO E CARVALHO, 2015, p. 656).

Ressalta-se, nesse momento, que além da mente dos trabalhadores ser capturada para o trabalho, o corpo, que também é elemento da subjetividade e por conta disso também sofre as

consequências da intensificação imposta pelo sistema, é capturado (ALVES, 2008, p. 235). Com isso, ocorre uma nova relação do corpo com o capital e, nesta nova relação, é necessário que o corpo seja "útil, produtivo e submisso" aos interesses e à exploração pelo capital (ALVES, 2008, p. 237). Tal fato, segundo o autor, é evidente quando se verifica o atual "culto ao corpo" (ALVES, 2008, p. 237).

Segundo Gorz (2005, p. 15), o "trabalho de produção material, mensurável em unidades de produto por unidades de tempo, é substituído por trabalho dito imaterial, aos quais os padrões clássicos de medida não podem mais se aplicar". O trabalho, portanto, não é mais mensurável por padrões e normas preestabelecidos, pois o modo de realizar as tarefas não pode ser de todo prescrito. O que é prescrito é a "subjetividade, ou seja, precisamente isso que somente o operador pode produzir 'ao se dar' à sua tarefa" (GORZ, 2005, p. 19).

Grisci e Cardoso (2014, p. 854) afirmam que "a noção de trabalho imaterial traz implicações à concepção do tempo". Segundo os autores, "o abandono dos rígidos padrões espaço-temporais do modelo de produção fordista" pode ser relacionado com modificações "nas relações de trabalho nos últimos 30 anos do século XX, associado principalmente com o crescimento do setor de serviços e a informatização nos processos produtivos e comunicacionais" (GRISCI; CARDOSO, 2014, p. 854). Deste modo, a informatização através da utilização massiva de aparelhos eletrônicos no trabalho, aliada ao crescimento do setor de serviços, são fatores importantes para as transformações relacionadas ao tempo de trabalho e tempo de vida. E estas são essenciais para a compreensão da noção de trabalho imaterial.

Gorz (2005) explicita que o trabalho imaterial não é baseado apenas no conhecimento formal adquirido pelo trabalhador. Ele adiciona capacidades que não podem ser ensinadas, como cooperação e expressão, além de saberes adquiridos na cultura cotidiana (GORZ, 2005). É esperado, portanto, que o trabalhador esteja no processo de produção "com toda a bagagem cultural que adquiriu nos jogos, nos esportes de equipe, nas disputas, nas atividades musicais, teatrais, etc." (GORZ, 2005, p. 19). São as vivências fora da empresa que desenvolvem as capacidades exigidas nesse novo paradigma; portanto, "é seu saber vernacular que a empresa pós-fordista põe para trabalhar e explora" (GORZ, 2005, p. 19).

Cocco (2001, p. 108) discorre sobre o "trabalhador imaterial" e afirma que este é o resultado mais apurado de um novo "modo de produção baseado na produção de informações e linguagens". Este trabalhador pode ser tanto um funcionário qualificado "cuja personalidade se tenta controlar" como outras figuras sociais como trabalhadores precários, desempregados, estudantes e estagiários "que constituem a virtualidade do paradigma produtivo baseado na

comunicação" (COCCO, 2001, p 109). Ou seja, o trabalhador do imaterial é todo aquele sujeito que, vivendo nesses tempos, possui preocupação constante de se enxergar como produtivo e em atividade.

Complementando esta análise, Lazzarato e Negri (2001, p. 45) explicam que o trabalho imaterial é aquele que “[...] se encontra no cruzamento (é a interface) desta nova relação produção/consumo”. O trabalho imaterial “é trabalho afetivo no sentido em que seus produtos são intangíveis” (PELBART, 2000, p. 36), ele é imaterial porque trata de algo que é imaterial: a “subjetividade humana” (PELBART, 2000, p. 36).

Para o presente estudo o conceito de trabalho imaterial é àquele que compreende as atividades corporais, intelectuais, criativas, afetivas e comunicativas, mobilizadas pelos trabalhadores em termos de engenhosidade, gerenciamento de informação, tomada de iniciativa, investimento pessoal na tarefa e nas relações, antecipação e resolução de problemas (GRISCI, 2008). Por conta disso, o trabalho imaterial fomenta uma nova relação produção-consumo que objetiva fazer emergir sentimentos de confiança, segurança e conforto por parte dos consumidores, e passam a ser consideradas indispensáveis à produção e à competitividade das empresas (LAZZARATO; NEGRI, 2001; GORZ, 2005).

Ocorre, pois, uma “mobilização total”, em que o trabalhador produz a si mesmo, ou seja, “a atividade de produção de si é uma dimensão necessária a todo trabalho imaterial, e que este tende a apelar às mesmas capacidades e às mesmas disposições que possuem as atividades livres fora do trabalho” (GORZ, 2005, p. 22). Assim, o trabalho se estende e abraça a vida, pois a construção do sujeito trabalhador se dá concomitantemente à existência; não há limites entre a vida e o trabalho, entre o começo e o término de cada um. Inserem-se aí as discussões relativas à beleza física, pois uma atividade comumente referente à vida particular, a como o sujeito cuida de seu corpo e de sua aparência, torna-se parte importante das discussões no contexto de trabalho imaterial (GRISCI; BECKER; SCALCO; KRUTER, 2008; GRISCI, 2008; BATISTA, 2011; GRISCI; DEUS; RECH; RODRIGUES; GOIS, 2014). Desta forma, “o trabalho precisa da vida como nunca, e seu produto afeta a vida numa escala sem precedentes” (PELBART, 2000, p. 37).

2.2 GESTÃO GERENCIALISTA

Agora, aqui, veja, é preciso correr o máximo que você puder para permanecer no mesmo lugar. Se quiser ir a algum lugar, deve correr pelo menos duas vezes mais depressa do que isso.

Lewis Carol

“Ao longo das últimas décadas, o mundo passou por mudanças profundas”, salienta Chanlat (2010, p. 1). O capitalismo dissemina-se. A queda do mundo de Berlim e o consequente fim do comunismo encerraram a relação dualista de potências mundiais (CHANLAT, 2010). A vitória do modelo de desenvolvimento capitalista e a ideia de mercado povoam o globo e promovem a empresa “como modelo de organização eficaz com relação a todos os modelos organizacionais” (CHANLAT, p. 2). O autor denomina “nova ordem social dinâmica” as transformações ocorridas nas últimas décadas no mundo (CHANLAT, 2010, p. XV).

Nesse sentido, Ianni (2008, p. 55) define a globalização como um “processo de internacionalização do capital” e esclarece que “desde que o capitalismo retomou sua expansão pelo mundo, logo após a Segunda Guerra Mundial, muitos começaram a reconhecer que o mundo estava se tornando o cenário de um vasto processo de internacionalização do capital”. Dasso Junior (2006, p. 42) ensina que a globalização é “um fenômeno que compreende as movimentações da economia global, a partir do final da década de 1970 e início da década de 1980”. O autor salienta que tais transformações ocorrem, sobretudo, no âmbito financeiro, a partir da expansão dos mercados e dos avanços tecnológicos ocorridos. Trata-se, portanto, de “um fenômeno multifacetado, complexo e contraditório” (DASSO JUNIOR, 2006, p 42).

Dasso Junior (2006) se refere a algumas consequências da globalização, tais como: ampliação da diferença entre ricos e pobres, expansão de empresas transnacionais, aceitação generalizada de certo padrão cultural e de determinadas pautas de consumo, novo tipo de imperialismo (em que o Estado permanece indispensável) e, principalmente, novas formas de dominação, tal como o *management*. Em outras palavras, a dominação do *management* pode ser compreendida pela “gestão privada como categoria dominante no campo da gestão” (CHANLAT, 2010, p. 2).

A “gestão” é entendida por Chanlat (2010, p. 129) como “todas as práticas de gestão implementadas por uma empresa ou organização para alcançar seus objetivos”. O autor explica que o modo de gestão é influenciado por fatores internos (tecnologia, recursos, cultura, tradição, etc.) e por fatores externos (contexto econômico, cultural, social, ecológico, etc.), que

caracterizam e corroboram o tempo de trabalho numa empresa ou organização (CHANLAT, 2010, p. 129-130). Sendo assim “cada um dos modos dominantes de gestão de desenvolvimento capitalista impôs algum tipo de relação com o tempo, especialmente reafirmando o caráter essencialmente econômico deste tempo” (CHANLAT, 2010, p. 130). Esse tempo de trabalho também é determinado por outros dois componentes: a gestão prescrita (as regras, o tempo de trabalho formal) e a gestão informal, sendo esta a dinâmica real da gestão. Além disso, por conta das novas tecnologias (celular, tablete e etc.), as tarefas prescritas ampliaram e se tornou cada vez mais difícil distinguir entre o tempo de trabalho e o tempo de lazer, ou seja, vivemos em um novo tempo de vida global (LAZZARATO, NEGRI, 2001).

Para gerir e controlar esse tempo do trabalhador, a gestão gerencialista é utilizada. Ela funciona “como tecnologia de poder, entre o capital e o trabalho”, tendo a finalidade de obter a adesão dos “empregados às exigências da empresa e de seus acionistas” (GAULEJAC, 2007, p. 27). A gestão gerencialista reporta a uma relação diferenciada com o mundo, com os outros e com si mesmo (GAULEJAC, 2007). Nesta relação não há limites da interferência do poder das empresas na vida privada de seus trabalhadores.

Nos manuais, a gestão é apresentada como um “conjunto de técnicas destinadas a racionalizar e otimizar o funcionamento das organizações” (GAULEJAC, 2007, p. 35). Para cumprir com tal objetivo, ela compreende diversos aspectos, como “práticas de direção das empresas, discursos sobre a forma de organizar a produção e os homens, técnicas e processos que compõem as regras de funcionamento” (GAULEJAC, 2007, p. 35-36). Deve-se ter claro, porém, que a gestão, no entanto, é “um sistema de organização de poder” e, por trás de uma aparente neutralidade, a gestão gerencialista fez com que seus fundamentos e características evoluíssem consideravelmente no tempo (GAULEJAC, 2007, p. 36).

A gestão gerencialista, sob a aparência de objetividade, operacionalidade e pragmatismo, é considerada uma “ideologia que traduz as atividades humanas em indicadores de desempenho” (GAULEJAC, 2007, p. 36). Tais desempenhos, relacionados a custos e benefícios para a empresa, constroem “uma representação do humano como um recurso a serviço da empresa”, na tentativa de instrumentalizar o sujeito que, “submetido à gestão deve adaptar-se ao tempo do trabalho, às necessidades produtivas e financeiras” (GAULEJAC, 2007, p. 37). A “adaptabilidade e a flexibilidade” constituem uma “via de mão única”, pois cabe “tão somente” ao trabalhador “adaptar-se ao tempo da empresa, mas não o contrário” (GAULEJAC, 2007, p. 78-79).

A ampliação dos limites de espaço-tempo nas organizações empresariais atinge o sujeito através do apelo de mantê-lo sempre conectado, fazendo com que seu tempo de vida seja tomado pelo tempo de trabalho (FREZZA; GRISCI; KESSLER, 2009; HARVEY, 1993; GRISCI, CARDOSO, 2014). Além desta modificação do tempo de vida, a gestão gerencialista implica que o sujeito deve ser gestor de si (GAULEJAC, 2007). Ou seja, a “gestão gerencialista gera uma rentabilização do humano e cada sujeito deve tornar-se o gestor de sua vida, fixar seus objetivos, avaliar seus desempenhos, tornar seu tempo rentável” (GAULEJAC, 2007, p. 177). Desta forma, o homem sofre com um "tempo abstrato, programado, contra suas necessidades – um tempo ditado pelo trabalho, que toma sua vida" (GAULEJAC, 2007, p. 78).

Esse tempo tornou-se instantâneo, já que as atividades e as funções do trabalhador podem ser feitas *online*, através de movimentos rápidos e em pouco tempo. Dessa forma, "o tempo não é mais o 'desvio na busca', e assim não mais confere valor ao espaço"(BAUMANN, 2001, p. 149). O espaço não é mais considerado um limite às ações dos indivíduos e deixou de contar como preponderante para o trabalho, já que o trabalhador pode estar em vários lugares ao mesmo tempo. Dessa forma "a quase instantaneidade do tempo do *software* anuncia a desvalorização do tempo " (BAUMAN, 2001, p. 149).

Fundamentada na lógica de eficiência e eficácia, a gestão gerencialista produz, reproduz e naturaliza as regras na sociedade (GAULEJAC, 2007). A conversão dos sujeitos em metas, resultados, dados, gráficos e índices é chamada por Gaulejac (2007, p. 94) de “quantofrenia”, ou doença da medida, referente à obsessão da sociedade em transformar sujeitos em números – “a utilidade de cada um é submetida a avaliações estabelecidas sobre critérios instáveis, percebidos como mais ou menos arbitrários” (GAULEJAC, 2007, p. 158). Tais critérios facilitam as comparações entre aquilo que deveria ser normal e o fora de padrão. Além disso, os padrões são alterados tão logo sejam alcançados, configurando uma busca sem limites por um padrão de excelência que está sempre em mutação no ambiente de trabalho (GAULEJAC, 2007).

O culto à qualidade aparece como uma característica fundamental da gestão gerencialista (GAULEJAC, 2007). Através da celebração do mérito, do progresso e da qualidade para a obtenção de resultados, a gestão transforma o sujeito em recurso, em nome de uma racionalidade que disfarça a otimização de resultados financeiros (GAULEJAC, 2007, p. 98). Portanto, a qualidade não se trata apenas de melhorias no processo e nas condições relacionadas à produção, mas de um “instrumento de pressão para reforçar a produtividade e rentabilidade da empresa” (GAULEJAC, 2007, p. 106). Lazzarato e Negri (2001, p. 25)

afirmam que "o novo *management* hoje, 'é a alma do operário que deve descer na oficina', suas capacidades, sua personalidade, ou seja, sua subjetividade que será "organizada e comandada". Dessa forma, nada escapa à organização, tudo àquilo que compõe o trabalhador, seu corpo e sua mente, são manuseados a fim de que se tornem produtivos e rentáveis.

No universo relacionado à gestão gerencialista, a subjetividade é mobilizada para “os objetivos, resultados, critérios de sucesso, que tendem a excluir tudo aquilo que não é útil ou rentável” (GAULEJAC, 2007, p. 154). Considerando o aspecto social, o gerencialismo “exacerba o individualismo e a luta dos lugares” (GAULEJAC, 2007, p. 159). As novas formas de trabalhar, fundamentadas na dominação gerencialista, passam da sanção disciplinar à adesão voluntária, da obrigatoriedade à mobilização, da imposição à incitação, da punição à gratificação, da vigilância à responsabilidade (GAULEJAC, 2007).

A força da gestão gerencialista encontra-se em seu próprio sistema de valores, que é incentivador do engajamento e do pró atividade, transformando a busca do lucro em um ideal de vida do sujeito, fazendo com que a empresa seja a fiel depositária da realização de si mesma (GAULEJAC, 2007). Cada sujeito é, assim, convidado a tornar-se empreendedor de sua própria vida; e o humano se converte em capital, sendo conveniente torná-lo produtivo e rentável. Cada vez mais o trabalhador é solicitado a ser capaz de tomar decisões e, principalmente, a sentir-se responsável por elas e também pela organização na qual trabalha (GAULEJAC, 2007).

A partir do desenvolvimento do capitalismo, o ego do sujeito tornou-se capital e deve ser multiplicado. Em consequência, o sujeito está sempre pronto a fazer *business* de tudo: sexualidade, conhecimento, saúde, **beleza**, identidade (GAULEJAC, 2007, grifo meu). Tudo pode ser comercializado, a própria troca é “a finalidade da vida humana, seu fim último, sua razão de ser” (GAULEJAC, p. 181). Manter-se saudável e com o corpo em forma não se trata apenas de “ganhar bem a vida”, mas igualmente de gerenciar seu corpo, seu “capital saúde” (GAULEJAC, p. 181). Há, desta forma, uma corrida intensa em busca do primeiro lugar, que faz com que o sujeito se torne o “empreendedor de sua própria vida” (GAULEJAC, p. 28).

É importante salientar que as evoluções tecnológicas relacionadas à globalização, propõem-se a tornar a vida dos sujeitos mais fácil, mais acessível, aliviando a fadiga física; em contrapartida, “aumentam a pressão psíquica” (GAULEJAC, 2007, p. 213). Portanto, as novas tecnologias (celular, internet sem fio, tablete, *notebook*, etc.), sob a máscara da facilitação da vida, impõem ao sujeito a responsabilidade de estar o tempo todo conectado, principalmente às atividades profissionais (GAULEJAC, 2007, p. 213).

A sociedade líquido-moderna é assim entendida pela fluidez ou pela liquidez, metáfora criada para compreender a natureza da fase atual – em muitos sentidos nova– da história da humanidade (BAUMAN, 2001). Sua liquidez é associada às formas pelas quais as relações facilmente se desfazem dentro da sociedade. Assim como a água que muda de forma, se adapta facilmente e pode escapar através das mãos. Assim são os tempos atuais, líquidos e voláteis. É na sociedade líquido-moderna que o constante sentido de impotência expõe o indivíduo às suas fragilidades e incertezas (BAUMAN, 2007). Segundo o sociólogo polonês, são essas incertezas que geram medos de "não encontrar emprego, estar desempregado, **ficar velho**, desatualizado, ser passado para trás, **ficar feio**, ser descartável dentro de sua empresa, ser sozinho e ser incapaz de se livrar dos que não são mais desejados" (BAUMAN, 2007, p. 219, grifos meu). O insistente medo de ficar para trás leva o sujeito a esforçar-se constantemente para ser o melhor, para tornar-se "gestor de si" em prol de sua própria rentabilização (GAULEJAC, 2007, p. 219).

Ser rentável significa ser flexível, proativo, comunicativo, motivado, móvel, empenhado, competitivo, etc. (GAULEJAC, 2007). O gestor de si deve estar constantemente preocupado em preencher todos estes aspectos, "a mobilização pessoal torna-se uma exigência" (GAULEJAC, p. 109). Essa mobilização faz com que os trabalhadores passem a preocupar-se com tudo o que possa interferir em sua própria rentabilização; ou seja, entre outras preocupações, está a de possuir o corpo adequado ao trabalho que ocupa. Desta forma, o poder disciplinar sobre os corpos, no sentido de moldá-los para o trabalho fordista-taylorista, passa a um poder gerencial que mobiliza a psique, tornando-se o próprio trabalhador responsável por fazer seu corpo e sua aparência atraentes e correspondentes ao seu trabalho (FOUCAULT, 1996; GAULEJAC, 2007; GRISCI, 2008; GRISCI; DEUS; RECH; RODRIGUES; GOIS, 2014).

Enfim, a gestão gerencialista é a ideologia predominante relacionada ao funcionamento da sociedade no tocante à forma de organização do trabalho, da família, da política e até da economia. É também para os estudos relativos ao trabalho imaterial (GAULEJAC, 2007; BAUMAN, 2007; GRISCI, 2008). Aos olhos da gestão de si, correspondente ao trabalho imaterial, o corpo que acompanharia a mobilização da psique pelo poder gerencialista seria aquele portador de beleza física (GRISCI; DEUS; RECH; RODRIGUES; GOIS, 2014). O personagem da gestão gerencialista – gestor de si – é aquele que, em prol de uma rentabilização do humano, render-se-ia aos padrões de beleza física impostos pelo trabalho.

2.3 EMBELEZAMENTO FÍSICO

*Vai no cabeleireiro
no esteticista
malha o dia inteiro
pinta de artista
(Seu Jorge, Burguesinha)*

Há que se ressaltar o fato de que falar sobre beleza, aqui tratada uma categoria, mutável ao longo do tempo e, embelezamento físico, aqui tratado como o processo pelo qual se alcança a então determinado padrão de beleza física, não é tarefa fácil, portanto, adiante, se encontrará um esboço de tais temas.

“Quem é belo é caro, quem não é belo não é caro” (ECO, 2010, p. 37). Tais versos são a expressão do senso comum dos antigos gregos sobre beleza. Na Grécia Antiga, pelo menos até a era de Péricles, não havia um senso estético propriamente dito. A beleza era associada a outras qualidades, como nobreza e justiça. As palavras gregas que definem belo (*kalós*) e beleza (*kalón*) juntam as noções de beleza moral e beleza estética, e têm relação com conhecimento e nobreza de caráter (ECO, 2010).

Para os gregos, a definição de beleza estaria associada a tudo aquilo que agrada aos olhos ou à beleza harmônica das partes do corpo (SARTWELL, 2004). A beleza, nesse período, refletia um aspecto mais amplo, associado a moral e ao caráter dos indivíduos. Tal fato fica mais claro ao se observar a Figura 1 – Afrodite Capitolina, estátua que propõe a junção da beleza física do corpo que agrada aos olhos (lembrando que Afrodite, na mitologia grega, representa a beleza) com a própria representação de um deus que não possui as imperfeições humanas de caráter.

Figura 1. Afrodite Capitolina, cópia romana, 300 a.C., Roma, Musei Capitolini



Fonte: Eco (2010, p. 39).

Aliado ao conceito grego de beleza anteriormente explicitado, Schopenhauer (2003) propõe uma metafísica do belo. Esta diz da beleza tanto relacionada às sensações que surgem ao observar uma pessoa considerada bela, quanto ao visualizar um objeto bonito. Portanto, o belo é considerado “um conhecimento em nós, um modo todo especial de conhecer, e nos perguntarmos que esclarecimentos esse modo de conhecer nos fornece acerca do todo e de nossa concepção de mundo” (SCHOPENHAUER, 2003, p. 25).

Nesse ínterim, Foucault (1984, p. 26) efetua uma arqueologia dos discursos da antiguidade clássica, nos quais encontra um conjunto de práticas de si que vão em direção ao que denomina “arte da existência”. Sobre esse tema, Fischer (2012, p. 63) explicita que a prática de si “é considerada uma questão de ordem moral, prescritiva”, e o sujeito é aquele que “se constituiu sujeito moral e cujas ações se harmonizam com as normas de um determinado código, de certo tipo de prescrição” (FISCHER, 2012, p. 63). Desse modo: “A ‘relação consigo’ envolve basicamente uma relação de poder sobre si mesmo, exercida através das práticas de si: o permanente aperfeiçoamento de si, que atinge toda a vida do indivíduo, pauta-lhe desde o modo de dormir, de comer, de fazer amizades, casar ou procriar” (FISCHER, 2012, p. 80). Com isso, entre as formas de relação consigo que podem ser consideradas práticas de si, estão aquelas relacionadas ao cuidado de si através de dietas, exercícios e atenção para com a estética. Estas também seriam, portanto, práticas de si e estariam intimamente ligadas às práticas de si da antiguidade. Além disso, tais práticas ultrapassam as fronteiras do tempo quando são encontradas facilmente na sociedade atual, como veremos adiante neste texto.

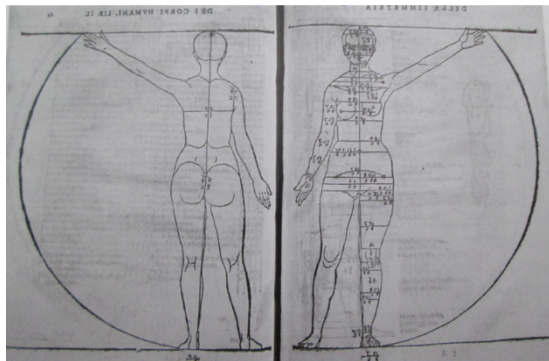
Eco (2010), ao refletir sobre a mística da beleza ao longo dos séculos, lembra as duas principais concepções de beleza, segundo as reflexões de Platão: “Beleza como harmonia e proporção”, com uma clara referência a Pitágoras; “beleza como esplendor”, que influenciaria, segundo o autor, o pensamento neoplatônico (ECO, 2010, p. 48). A primeira refere-se à beleza geométrica, à perfeita composição entre as partes, que provoca uma boa sensação naquele que olha. Para os pitagóricos, a “donzela era bela porque um justo equilíbrio dos humores emprestava-lhe um colorido amável, e porque seus membros entretinham uma relação justa e harmônica” (ECO, p. 73). Isso se torna claro ao observarmos a figura 2, na qual se vê um desenho que instrui como verificar a simetria dos corpos. Importa ressaltar aqui que a questão da simetria dos corpos ainda é tema corrente no âmbito dos estudos relacionados à beleza na atualidade.

Fortalece a afirmação, o estudo do astrofísico e matemático Livio (2008), relacionado às associações matemáticas que poderiam ser representadas pelo número phi: 1,6180339887. Este número é conhecido como razão áurea, também conhecido como proporção divina. O número tem incontáveis ocorrências na natureza e seus usos na arquitetura, na pintura e na música. Trata-se de um número infinito tão laureado por suas qualidades harmônicas que no século XIV foi elevado a proporções divinas. Ele é encontrado na conformação das conchas, dos girassóis, dos cristais, das galáxias, nas proporções do corpo humano, nas pirâmides, em símbolos mágicos e até na Mona Lisa, de Leonardo da Vinci. A proporção áurea foi muito usada na arte, em obras como *O Nascimento de Vênus*, quadro de Botticelli. Essa razão estaria ali aplicada pelo motivo de o autor representar a perfeição da beleza (LIVIO, 2008).

Pode-se encontrar a razão áurea em *O Sacramento da Última Ceia*, de Salvador Dalí. As dimensões do quadro estão numa razão áurea entre si. Vários pintores e escultores lançaram mão das possibilidades que a proporção lhes dava para retratar a realidade com mais perfeição. Por exemplo, a Mona Lisa del Giocondo, de Leonardo da Vinci, tem a proporção áurea nas relações entre o tronco e a cabeça, bem como nos elementos da face. No entanto, ressalta-se que tal fato acontece por se tratar de uma pintura onde as proporções humanas são respeitadas na tela (LIVIO, 2008). Abaixo a Figura 2 apresenta a tabula antropométrica para compreender a questão da simetria dos corpos.

Figura 2. Albrecht Dürer, tábula antropométrica em *Da Simetria dos corpos humanos*, 1591.

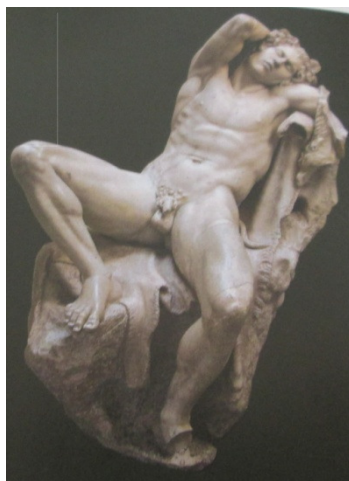
Figura 2



Fonte: Eco (2010, p. 81).

A segunda concepção de beleza teria existência autônoma, não vinculada ao objeto que representa, estando, isto sim, “resplandecente em toda parte”, uma beleza relacionada ao esplendor dos deuses que não possuiriam as fraquezas morais humanas (LIVIO, 2008, p. 50-51). Por serem imortais, os deuses teriam como vantagem a libertação dos corpos físicos, que são prisões para os humanos (LIVIO, 2008). Para esclarecer a proposição acerca dessa beleza divina, a Figura 3 - *Fauno Barberini* expõe a beleza física dos deuses, que se impõe por não possuir os defeitos humanos relacionados ao caráter – e, por isso, são corpos perfeitos, sempre passando a sensação de profunda reflexão sobre a vida.

Figura 3. *Fauno Barberini*, 220 a.C. Munique, Staatliche Antikensammlungen.



Fonte: Eco (2010, p. 56).

Cada cultura sempre evidenciou ao lado das representações do belo, as representações da feiura. Através de máscaras, figuras ou esculturas, ficava clara a contraposição entre bonito e feio (ECO, 2010). A mitologia grega, por exemplo, era rica em figuras consideradas monstruosas e estranhas, tais como faunos, ciclopes, quimeras e minotauros (ECO, 2010). O simbolismo universal relacionado às representações de feiura transparecia a “significação moral” atribuída aos monstros (ECO, 2010, p. 132). As figuras feias eram símbolos que ensinavam sobre vícios e virtudes, pois as imagens “deformadas” e “bestiais” causavam perturbação e incômodo ao “associar-se ao Diabo, ao inferno, à maldade” (ECO, 2010, p. 133). A importância dessa relação advém da contraposição entre feio e bonito, que torna o belo cheio de luz e de vida. O *Afresco do Inferno*, Figura 4, representa a imagem do feio através da besta que engole os humanos, causando dor e pânico como contraste à beleza de vida e do divino.

Figura 4. Giovanni da Modena, *Afresco do Inferno*. Igreja de São Petronio, Bolonha, 1410.

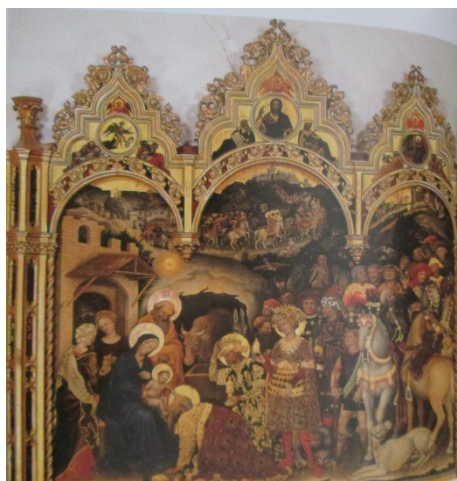


Fonte: Eco (2010, p. 134).

O feio seria retratado como mau, assim como o belo sempre é retratado como bom. No entanto, o feio não é apenas a antítese, porque artisticamente falando, o feio possui uma qualidade positiva. Dessa forma, ao retirarmos alguma qualidade do belo tal como a proporção ou simetria do rosto, não produziremos automaticamente o feio. Ou seja, no objeto feio ainda poderá ser encontrada beleza para a arte, muito embora para a estética ele represente simplesmente o feio (PAIVA; SODRÉ, 2014).

Na Idade Média, embora tratada pelo senso comum como a “Idade das Trevas”, a beleza estava ligada à luz, ao brilho e às cores (ECO, 2010). A diferenciação entre os nobres e ricos e os deserdados e pobres era feita pelo uso de trajés com cores, brilhos e metais, principalmente o ouro. Nesse período, a influência religiosa corroborava tal diferenciação, pois, ao considerar Deus portador de toda a beleza, de todo o esplendor e de toda a luz, permitia a percepção de que andar ornamentado, reluzente, carregado de ouro e pedras deixava o indivíduo mais próximo da figura divina, portanto, do belo (ECO, 2010). A pintura *Adoração dos Magos*, Figura 5 apresenta todo o resplendor divino representado pela luz do ouro que carrega a imagem e a torna representante do belo.

Figura 5 – Gentile de Fabriano, *Adoração dos Magos*, 1423. Florença, Galleria Degli Uffizi.



Fonte: Eco (2010, p. 112).

Nos séculos XV e XVI, a beleza foi retratada através de um ideal mítico e mágico (ECO, 2010). O belo misturava a contemplação da natureza (daquilo que é visível aos olhos) com a beleza subliminar, divina e sobrenatural. Essa concepção confere “à beleza a mesma dignidade e autonomia atribuídas ao bem e à sabedoria”, pois toda forma bela unia-se às suas características morais (ECO, 2010, p. 188). Nesse período, as representações do belo eram encontradas nas Vênus, que evidenciariam perfeitamente a união da beleza humana com o belo subliminar, como retratado na Figura 6 – *Vênus de Urbino*.

Figura 6 – Ticiano Vecello, *Vênus de Urbino*, 1538. Florença, Galeria Degli Uffizi.



Fonte: Eco (2010, p. 188).

Como contraposição aos séculos anteriores e suas Vênus desnudas, estas são substituídas pela mulher vestida, “a dona de casa, educadora, administradora”, sem traços passionais. A beleza se volta às qualidades interiores, relacionadas à moral e ao trabalho (ECO, 2010). Eaton (2000) afirma que no século XVII a beleza e a estética apenas existiam se atreladas a padrões morais, numa clara demonstração de julgamento da beleza pela moral corrente. Portanto, o culto à razão, à disciplina e à “calculabilidade” burguesa são expressos “pelo gosto aristocrático e pelo abandono à alegria de viver”, através do rigor neoclássico concernente às formas (ECO, 2010, p. 262). Novamente, a pintura retrata tais concepções, como se percebe na Figura 7 – *Retrato de Cecília*, que representa a beleza séria e clássica, evidenciada por suas roupas e joias que marcam seus traços aristocráticos.

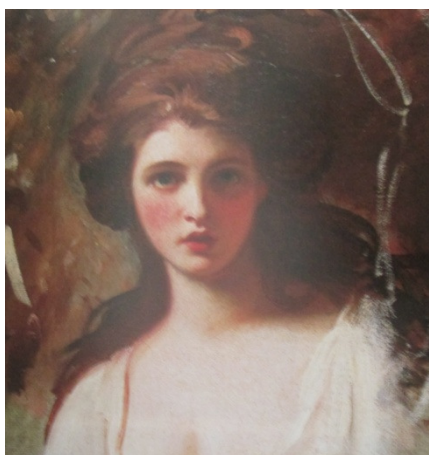
Figura 7 – Leonardo Da Vinci, *Retrato de Cecília*, Galleroni, 1485-1490. Cracóvia, Czartorysky Museum.



Fonte: Eco (2010, p. 192).

Eco (2010) analisa os conceitos de Kant com relação à beleza e reflete que este “põe na base da experiência estética o prazer desinteressado que se produz na contemplação da beleza” (ECO, p. 264). Esse prazer desinteressado com relação ao gosto, diz que “belo é aquilo que agrada de maneira desinteressada, sem ser originado por ou remissível a um conceito: o gosto é, por isso, a faculdade de julgar desinteressadamente um objeto [...] mediante um prazer ou desprazer; o objeto deste prazer é que definimos como belo” (ECO, 2010, p. 264). O belo passa naturalmente tal sensação através da contemplação – de uma obra de arte, por exemplo, como ilustra o *Retrato de Lady Hamilton como Circe*, Figura 8, que transmite a impressão de beleza pelo prazer que o indivíduo tem ao contemplar o quadro.

Figura 8 – George Romney, *Retrato de Lady Hamilton como Circe*, 1782. Londres, Tate Gallery.



Fonte: Eco (2010, p. 265).

O período que vai desde os movimentos de 1848 até a crise econômica do final do mesmo século é definido por Eco (2010, p. 361) como “idade da burguesia”. Nela, as características marcantes se relacionam aos “costumes morais, os cânones estéticos e arquitetônicos, o bom senso, as regras do bem-vestir, do comportamento em público, da decoração” (ECO, 2010, p. 361). Há nesse período uma beleza representada pela praticidade, solidez e durabilidade. É uma beleza sólida e luxuosa, em que os objetos possuem valor prático, aliados aos usos que a classe burguesa faz deles (ECO, 2010). A Figura 9 representa o período focando na própria organização da mesa e dos objetos em cima desta, além do comportamento das crianças na foto, que condiz com as regras sociais da época.

Figura 9 – Autor desconhecido, *Tea Party*, National Portrait Gallery, Inglaterra, 1880.



Fonte: Eco (2010, p. 363).

O fascínio do homem pelas novas máquinas – como o relógio, a máquina a vapor, o carro, o trem – fez com que esses itens se tornassem também portadores de beleza. Eles passam a compor, por conseguinte, uma nova representação social acerca da beleza, como evidencia a Figura 10 (ECO, 2010). De fato, os séculos XIX e XX têm por traço marcante a mercantilização e os avanços tecnológicos. E, como tudo passa a ser comercializado, é nesse período que a estética passa também a ser mercantilizada, já que ela está voltada inteiramente à produção de objetos para a venda e comercialização. Eco (2010, p. 377) propõe que a “beleza é ‘reprodutível’, ‘transitória’ e ‘perecível’, afinal deve induzir ao consumo e à substituição rápida”. A introdução de um novo conceito de beleza relacionado às máquinas também caracteriza o início do século XX (ECO, 2010).

Figura 10 – Marcelo Dudovich, *Esboço para publicidade do modelo 508 Balilla*, 1934. Turim, Archivio Fiat.



Fonte: Eco (2010, p. 372).

Eco (2010) explica que entre o final do século XX e o início do século XXI a beleza era identificada através da beleza da mídia e da beleza do consumo. Esse modelo, segundo Eco (2010, p. 418), é aquele “proposto pelas revistas de capas cintilantes, pelo cinema e pela televisão, ou seja, pelos *mass media*. Os sujeitos seguem o modelo de beleza proposto pelo consumo comercial (ECO, 2010). Complementando esta análise, Sant’Anna (2001, p. 25) diz que o consumo se manifesta no “trocar de corpo sem cessar, de acordo com as circunstâncias, como quem troca de *site*, de roupa, de *shampoo*”.

Sant’Anna (2001) conta que, até os anos 1920, o ideal de beleza era expresso por corpos de formas mais rechonchudas, que representavam saúde e riqueza. No entanto, nas décadas seguintes, o ideal de beleza passou a levar em conta a magreza, que, até então, era a representação da pobreza e da doença (SANT’ANNA, 2001). Na década de 1950, o ideal estético feminino era assim descrito: “Pernas juntas, vestidos compridos, cabelos seguros por grampo e laquê, seios dentro de sutiã de bojo, ventre comprimido por ‘cinturita’” (SANT’ANNA, 2001, p. 65), como pode ser visto na Figura 11. Nos anos 2000, houve a inversão desse ideal, reafirmando-se a magreza exacerbada, valorizando-se cabelos desalinhados e “corpo à mostra” (SANT’ANNA, 2001, p. 65), de acordo com a Figura 12.

Figura 11– Fotografia de Rita Hayworth.



Fonte: Eco (2010, p. 420).

Figura 12 – Allen Jones com Philip Castle, Calendário Pirelli, 1973.



Fonte: Eco (2010, p. 15).

Há, portanto, uma clara modificação do ideal de beleza, que passa definitivamente de uma composição moral e estética para uma beleza mercantilizada (ECO, 2010). Sartwell (2004) explica que, no mito da caverna, de Platão, a beleza teria relação com a ideia de iluminar os seres e retirá-los da escuridão. Nesse sentido, Foucault (2004, p. 11) diz que “o cuidado de si vai ser considerado, portanto, como o do primeiro despertar. Situa-se exatamente no momento em que os olhos se abrem, em que sai do sono e se alcança a luz”. Em contrapartida, o século XXI, com suas luzes artificiais e a forte noção de que tudo pode ser comercializado, faz com que a beleza se insira entre os itens que podem ser adquiridos (SARTWELL, 2004).

O corpo é inserido nesse novo mercado de consumo. E, segundo Bauman (2009, p.117), este "mercado de consumo é a versão do Rei Midas tornado realidade". Seja um perfume, um carro, ou o corpo, tudo aquilo que o mercado de consumo transforma em mercadoria torna-se ouro (BAUMAN, 2009). É assim que, na sociedade líquido-moderna, o corpo assume um novo caráter com potencialidades relacionadas ao exercício do controle desse corpo pelos indivíduos (BAUMAN, 2009). Salienta-se, também, que ao tornar o corpo uma mercadoria de consumo, atrela-se o mesmo à premissa considerada básica do consumismo por Bauman (2009) onde a incitação do desejo e não a satisfação deste seriam o foco do mercado de consumo. Por conta disso, o corpo estaria sempre sendo incitado a tornar-se melhor, numa busca sem limites para tal. A busca pela boa forma também é infinita. Ao contrário da busca pela saúde que possui parâmetros médicos, a boa forma não possui uma norma por isso acaba tornando-se "uma

compulsão que logo se transforma em vício. Como tal, nunca termina" (BAUMAN, 2009, p. 122)

Wolf (1992, p. 15) menciona que a beleza “é um sistema monetário semelhante ao padrão ouro”, e, por isso, o “padrão físico imposto culturalmente expressa relações de poder”. Os mais bonitos teriam uma relação de força maior sobre aqueles que estão fora do padrão – os feios. Tal padrão de beleza tem, porém, um custo, tanto para ser adquirido quanto para ser mantido, levando os indivíduos a uma busca sem fim por um corpo belo. O corpo portador de beleza física, na sociedade líquido-moderna, é magro e de aparência jovem (LIPOVETSKY, 1983; WOLF, 1992; SANT’ANNA, 2001). Portanto, a beleza física é entendida como um corpo atraente, magro e jovial, que acima de tudo, aparente ter tais características mesmo que para isso sejam necessários disfarces habituais, como roupas e acessórios (LIPOVETSKY, 1983; SANT’ANNA, 2001).

Brandini (2007) estuda a elaboração de um conceito de beleza física através da moda. Ela diz que “atualmente o padrão de beleza reificado pelo fenômeno moda, apresenta mulheres esqueléticas de 1,80m, com rostos encovados” (BRANDINI, 2007, p. 22). Segundo essa autora, o modelo de beleza física atual é o que ela denomina “anglo-americano, de mulheres alvas, de olhos claros, com altura superior a 1,75m e vinte quilos a menos que o normal” (BRANDINI, 2007, p. 23). A autora afirma ainda que a “grande indústria da moda” foi a responsável por consolidar o padrão de beleza física; e conclui que “o corpo modificado nos dias de hoje é esculpido pela moda” (BRANDINI, p. 24). Portanto, o ideal de beleza física proposto por Brandini (2007), referente à construção de um conceito de beleza através da moda, condiz com a beleza da moda estudada por Eco (2010), para quem a beleza é sempre aquela que a mídia da moda propõe.

Na tentativa de alcançar o padrão de beleza física vigente, são necessários diversos artifícios (LIPOVETSKY, 1983), inclusive de embelezamento (GRISCI; DEUS; RECH; RODRIGUES; GOIS, 2014). Eles vão desde dietas, roupas adequadas e maquiagem até “lipoaspiração, vômitos, descoloração de cabelos” e, inclusive, “clareamento da pele” (BRANDINI, 2007, p. 23-24). Bordo (2000) adiciona que o sujeito busca a beleza incessantemente e, para alcançá-la, recorre desde às dietas, roupas e exercícios até a novas tecnologias e cirurgia plástica e confirma a ideia de que a beleza física pode ser mercantilizada e negociada (BORDO, 2000). A própria noção de saúde não está mais dissociada da beleza; para ser belo é necessário ser magro e saudável, mesmo que isso implique uma contradição

devido ao abuso de medicamentos e às intervenções cirúrgicas, nem sempre condizentes com as noções de saúde (FONTES, 2007).

Há uma espécie de cruzada contra a gordura corporal nos dias de hoje. Uma preocupação latente da sociedade em medir, pesar e controlar cada centímetro do corpo para que não possua "sobras". Bauman (2009, p. 125) ressalta que a gordura corporal congrega todos os medos, perigos e tentações que "se estendem entre o corpo do consumidor e o mundo externo". Trata-se de uma guerra entre a gordura corporal e o corpo consumidor.

Com efeito, a gordura corporal representa o pesadelo realizado. O ganho de peso corporal e de centímetros na cintura é um alerta para que o terrível fato de que todas as laboriosas fortificações da fronteira/interface entre o mundo e seu corpo de nada valerem - as forças inimigas se infiltraram pelas linhas defensivas e invadiram o território defendido. Pior ainda, as forças invasoras se estabeleceram no território conquistado, construíram guarnições dentro do corpo e assumiram a administração das terras dominadas. A 'gordura corporal' representa a ocupação estrangeira ou a 'quinta coluna' - ou então células terroristas, a mais recente encarnação da 'quinta coluna'. (BAUMAN, 2009, p. 126)

A gordura corporal é relacionada a doença, ao oposto de saúde. E, na sociedade atual, segundo Mendes (2007) saúde e estética do corpo são dois termos estão unificados. A autora efetuou, em revistas relacionadas a esportes, um estudo sobre saúde e beleza, concluindo que a “sedução que a imagem do atleta provoca ao estar associado à saúde através do esporte”, leva o sujeito a imaginar-se bonito e saudável por meio do esporte (MENDES, 2007, p. 85). As revistas estudadas pela autora divulgam a ideia de saúde vinculada à beleza e à juventude, pois a maior parte dos atletas que expõem seus corpos nas páginas das revistas é composta por jovens (MENDES, p. 85). A autora concluiu que “o conceito de saúde passa a se entrelaçar com o conceito de estética dentro de uma visão reducionista, ou seja, compreendida como padrão único de beleza” (MENDES p. 88). Através da mídia, portanto, as ideias de saúde e de juventude são premissas diretamente conectadas à beleza (BRANDINI, 2007).

Dagognet (2012), ao estudar o corpo, esclarece a origem latina das palavras *corpus* e *corporis*, referindo-se ao corpo morto, ao cadáver ou mesmo à carniça, em clara contraposição à alma – *anima*. Tal diferenciação significava que o corpo só poderia ser desvendado após a morte. Os gregos utilizavam a palavra *soma* para designar o corpo morto (DAGOGNET, 2012, p. 1), vinculando-a à curiosidade relativa ao conhecimento do corpo que poderia ser sanada apenas após a morte do indivíduo. Chama a atenção do autor que o corpo já não é associado ao

corpo morto; pelo contrário, ele está diretamente ligado a um ideal de beleza. Para alcançar o corpo perfeito, o sujeito aproveita, ao máximo, as tecnologias de transformação do corpo (DAGOGNET, 2012). A cirurgia plástica tornou-se parte dessas modificações, pois ela “estica a pele que se tornara flácida, apaga cicatrizes, garante que a epiderme fique lisa. [...] ela consegue realizar metamorfoses surpreendentes, intermediárias entre a medicina reparadora e a cosmética” (DAGOGNET, 2012, p. 2).

Além da cirurgia, considerada transformadora do corpo em prol da beleza física, há também a utilização da farmacologia (DAGOGNET, 2012). Os medicamentos oferecem tratamentos para emagrecer, intensificar o desempenho, reduzir o crescimento ou aumentá-lo e ainda regulam a “duração do nosso sono, adaptando às nossas necessidades, e intervêm na maioria das funções” do corpo (DAGOGNET, 2012, p. 6). “O mundo moderno chega ao ponto de participar de um mercado no qual os corpos são trocados ou vendidos” (DAGOGNET, 2012, p. 6).

Sobre a mercantilização do corpo, Bauman (2011, p. 164) explica que a “condição consumista torna imperativo que o corpo se abra o máximo possível ao potencial de experiências, cada vez mais ricas, contendo este estímulo”. O autor expõe que a busca pelo “corpo em forma” através de “atividades corporais e alimentação” passa também pelo cuidado excessivo em relação aos hábitos alimentares. Há inclusive a tentativa de encontrar culpados e substitutos para os alimentos que fazem mal e são os vilões da alimentação saudável (BAUMAN, 2011). Diversas campanhas são feitas na tentativa de incentivar determinado comportamento, alimentá-lo ou ceifá-lo. Dessa forma, mantém-se “a demanda por pânico corporais novos”, por soluções rápidas, que logo são vistas como novos alimentos-venenos e incitam a procura por novos antídotos, numa busca sem fim pela garantia de um corpo saudável (BAUMAN, 2011, p. 164).

Couto (2007) afirma que as leis de mercado aceleram a utilização das partes do corpo como possível forma de obter lucro. “O consumidor passa a ser, ele mesmo, vários produtos à venda”, assim, o sujeito passa a ser “produto comprado e vendido” (COUTO, 2007, p. 51). “A vida passou a ser definida como mercadoria” na industrialização cada vez mais ampla do corpo (COUTO, 2007 p. 52). Devido a essa comercialização, novos hábitos e comportamentos são deflagrados em “velocidade instantânea” (COUTO, 2007, p. 52). Como tais informações são divulgadas instantaneamente, cabe somente ao sujeito a responsabilidade de estar informado e, portanto, também a responsabilidade por "seu corpo e por sua forma" (COUTO, 2007, p. 52).

Novaes (2011, p. 477) diz que “nunca se falou tanto acerca do corpo”, de modo que o corpo adquiriu “uma nova importância como forte agenciador das subjetividades contemporâneas”. Em uma sociedade vinculada a imagens, o sujeito passa a ser definido pela aparência. A imagem de corpos belos “traduz um anseio atual”, sejam eles “esculpidos nas academias de ginástica ou remodelados e formatados em clínicas particulares e hospitais”. Transformar os corpos está na “ordem do dia” (NOVAES, 2011, p. 485). E, ainda, transformar o corpo de forma a adequá-lo ao trabalho parece também ser a nova moda.

Foucault (1996) explicita que o corpo se tornou objeto de uma das mais fortes regulações sociais. Novaes (2011, p. 479) acrescenta que o corpo nunca foi tão “penetrado, auscultado, examinado, não só pelas tecnologias médicas, mas também pelas mutações do olhar delas decorrentes”. “Se antes as roupas aprisionavam, agora o corpo cumpre esse papel – na justeza das medidas” (NOVAES, 2011, p. 486). Dessa forma, possuir um corpo “magro, esbelto, sarado, saudável e cuidado” é uma moda que chegou para ficar (NOVAES, 2011, p. 491). E, além disso, é responsabilidade de cada um tornar seu corpo adequado aos padrões de beleza física da atualidade.

Fischer (1996, p. 87) ressalta que as “formas de ‘relação consigo’ transmudaram-se em práticas confessionais, em técnicas e exercícios de autoconhecimento espiritual de todos os matizes, em modos de segregar o sexo para não vivê-lo ou em formas de produzir e fazer circular saberes sobre o sujeito”. Segundo a autora, os “cuidados consigo” são referentes “às práticas de aperfeiçoamento do corpo, de regulação das atividades mais prosaicas do cotidiano, foram reprocessados historicamente”; portanto, em vez de “buscarem a ‘arte da existência’, eles foram integrados aos objetivos de controle das populações, desde os séculos XVIII e XIX, e conheceram, neste nosso tempo, o auge da sofisticação e da multiplicação” (FISCHER, 1996, p. 87).

Exemplificando tal concepção, Bercito (2011) estudou os corpos dos trabalhadores na produção industrial de 1930 e 1940, no Brasil. A autora evidencia que médicos e engenheiros se juntavam, no interior das fábricas, na tentativa de aumentar a produtividade e o rendimento do trabalho, numa perspectiva orientada pela racionalidade científica (BERCITO, 2011). Ela propõe que, “de fato, para a evolução no processo de industrialização, seria preciso disciplinar a mão de obra” (BERCITO, 2011, p. 373). Para isso, disciplinar o corpo, considerado “o primeiro instrumento de trabalho e de produção do homem”, seria condição necessária ao trabalho (BERCITO, 2011, p. 374). As fábricas fordistas moldavam o corpo dos trabalhadores de modo que estes efetuassem da melhor maneira o trabalho manual a eles relacionado. Na

modernidade líquida, em que o trabalho imaterial se sobressai, o corpo passa a ser moldado segundo novas perspectivas que o rentabilizem, entre elas o padrão de beleza física.

Sennett (2012, p. 19) afirma que a sociedade atual gera um novo tipo de caráter: “É o tipo de pessoa empenhada em reduzir ansiedades provocadas pelas diferenças, sejam de natureza política, religiosa, étnica ou erótica. O objetivo da pessoa é evitar qualquer sobressalto, sentir-se a menos estimulada possível por diferenças profundas”. A relação é considerada globalizada e interminável, e “todo mundo é basicamente igual” (SENNETT, 2012, p. 19). Na tentativa de ser mais igual que os outros, os sujeitos submetem-se, portanto, a gostos e padrões de beleza física homogeneizantes. Ou seja, o sujeito se vê na obrigação de seguir determinado padrão, seja ditado pelo consumo, seja pela moda, o qual modificará seu comportamento, seu gosto e, inclusive, seu conceito de beleza física.

A construção desses padrões ocorre, segundo Mansano (2009, p. 72), através de "dispositivos de controle-estimulação", ou seja, de mecanismos que constroem determinados estilos de vida "por meio do consumo e de formações discursivas que têm o poder de atrair e produzir efeitos na vida dos sujeitos". A constituição desses estilos de vida advém de imperativos, tais como “‘Consuma!’, ‘Acesse!’, ‘Coma!’, ‘Cuide-se!’” (MANSANO, 2009, p. 75), considerando que se está em uma sociedade fortemente baseada na mercantilização de tudo, inclusive do próprio sujeito.

Mansano (2009, p. 80-81) diz que os dispositivos de controle-estimulação, incidem sobre os corpos e ajudam a definir “os modelos de beleza” a serem perseguidos a “qualquer custo”, mesmo que para isso se corram riscos. O discurso é voltado inteiramente para a preocupação com a aparência do sujeito, que está sob constante vigilância e avaliação dele próprio e dos outros (MANSANO, 2009). O sujeito é estimulado a consumir produtos, serviços e a ter prazer em cuidar da própria beleza (MANSANO, 2009). Tal adesão traria consequências benéficas para seu trabalho e sua vida, através do “aumento da autoestima e do autoconhecimento” (MANSANO, 2009, p. 81). O estímulo para participar desse processo massificante é inegável, pois não há como "resistir a ser o melhor" (GAULEJAC, 2007, p.109).

Mansano (2009, p. 83) alerta que “o desejo de ser incluído em um mundo feito para poucos é sustentado pela crença de que, uma vez alcançado aquele padrão definido como belo, seria possível também experimentar os benefícios e prazeres que foram a ele agregados”. O sujeito busca incessantemente ser incluído e, para conquistar tal benefício, utiliza-se do que Lipovetsky (1983) denomina “investimento narcísico”. Este se volta a determinados rituais de

controle, com vistas ao bem-estar pessoal e, também, ao reconhecimento profissional, numa relação bastante estreita entre corpo e prestígio.

Em relação à hipersolicitação do corpo, Sant'Anna (2001, p. 88) observa que há uma multiplicação de imagens de “corpos saudáveis e sempre belos”. Tal fato proporciona uma “corrida sem fim rumo à juventude”, que alcança jovens e idosos das diversas classes sociais. Os sujeitos “ignoram quem compete com quem, talvez porque a principal competição se passe dentro de cada um, entre o corpo que se é e o ideal de boa forma com que se sonha” (SANT'ANNA, 2001, p. 88). Essa competição marca também uma característica importante, relacionada ao gestor de si, que é estar sempre à frente e manter-se competindo (GAULEJAC, 2007).

Eliminar qualquer insatisfação física ou mental tornou-se uma necessidade urgente da sociedade líquido-moderna (COUTO, 2007). Prevenir a doença já no embrião, manter a juventude, exibir um corpo sempre saudável, “festejar a beleza conquistada com a ajuda dos avanços tecnológicos e científicos: regimes, terapias, cosméticos, usos de próteses, novos medicamentos” (COUTO, 2007, p. 42), são qualidades que todos devem ter, que todos “devem buscar” (COUTO, 2007, p. 42). Afinal, com tantos recursos, “só é feio, fora de forma, flácido, enrugado e envelhecido quem quer, quem não se ama, não se cuida, não se pavoneia” (COUTO, 2007, p. 42). O corpo deve estar sempre pronto a se moldar e a se modificar, na tentativa de ser o mais eficiente possível, pois, se ficar para trás, “corre o risco de ficar obsoleto”, de ser substituído; por isso, “para que o corpo possa durar eternamente é preciso que não cesse de ser turbinado e reciclado” (COUTO, 2007, p. 51).

Bauman (2001, p.87) corrobora a discussão sobre a culpabilização do sujeito pela sua boa forma dizendo que "você deve a seu corpo cuidado, e se negligenciar esse dever, você deve sentir-se culpada e envergonhada". Qualquer imperfeição no corpo é culpa do próprio sujeito, no entanto, satiriza o autor, ele pode tranquilizar-se, pois a "redenção do pecado esta ao alcance das mãos da pecadora, e só de suas mãos" (BAUMAN, 2001, p.87). É desta forma que, na sociedade líquido - moderna o cuidado com o corpo é imposto ao consumidor proprietário deste. E sendo este sujeito gestor de si dará conta de apresentar o corpo adequado ao exercício de seu trabalho.

Pesquisas feitas por Hamermesh e Biddle (1994), Leist (2003), Hamermesh e Parker (2005), Morris (2007), Grisci (2008), Harper (2008), Fletcher (2009), Batista (2011), Casaca (2012) e Grisci; Deus; Rech; Rodrigues; Gois (2014) traçaram discussões concernentes ao embelezamento físico e trabalho.

Hamermesh e Biddle (1994) efetuam o primeiro estudo econômico nos Estados Unidos com o objetivo de relacionar beleza física e mercado de trabalho. Os autores verificaram que há certo "favoritismo relacionado àqueles considerados mais belos com relação aos trabalhadores considerados feios" (HAMMERMESH; BIDDLE, 1994, p. 1174; tradução livre). Utilizando "análises empíricas separadas de três conjuntos de dados domiciliares", os autores encontraram "evidências de um impacto positivo relacionado à beleza física dos trabalhadores sobre os seus rendimentos". (HAMMERMESH; BIDDLE, 1994, p. 1180; tradução livre). Os autores afirmam que a evidência em cada amostra separada, embora seja sugestiva, não é muito forte. Mas quando "as três amostras são combinadas tornam-se suficientes para fazer algumas inferências bastante claras sobre o papel da beleza física no mercado de trabalho" (HAMMERMESH; BIDDLE, 1994, p. 1180; tradução livre). Desta forma, "salários de pessoas com aparência considerada abaixo da média são mais baixos do que aqueles das pessoas consideradas acima da média com relação a beleza física" (HAMMERMESH; BIDDLE, 1994, p. 1192; tradução livre). Além disso, "a penalidade e o prêmio podem ser maiores para os homens, mas essas diferenças de gênero não são grandes percentualmente" (HAMMERMESH; BIDDLE, 1994, p. 1192; tradução livre).

Fletcher (2009) associa os resultados de sua pesquisa sobre o valor dos salários de trabalhadores de nível superior nos Estados Unidos, com aqueles encontrados por Hamermesh e Biddle (1994). O autor verificou que os trabalhadores considerados atraentes e muito atraentes recebem de 5% a 10% a mais do que os demais. Os resultados também "fornecem evidências sugestivas de que o aumento da capacidade de trabalho de indivíduos muito atraentes está associado a aumentos nos salários" (FLETCHER, 2009, p. 321; tradução livre).

Os estudos de Harper (2008) verificaram que as possibilidades de aumento do salário para as pessoas consideradas mais atraentes ocorrem, sobretudo, devido à discriminação dos empregadores com relação aos trabalhadores considerados pouco atraentes. A autora ressalta que pessoas de baixa estatura ou consideradas com poucos atributos atraentes recebem menos do que aquelas consideradas bonitas (HARPER, 2008). Ela enfatiza que a obesidade, principalmente nas mulheres, é um dos principais fatores para a diminuição dos salários (HARPER, 2008).

Morris (2007) corrobora os estudos anteriormente apresentados, acrescentando à problemática da obesidade a questão da produtividade e, por consequência desta última, as diferenças salariais. Trata-se do primeiro estudo a produzir estimativas de controle acerca deste

tema na Inglaterra. O autor reforça o argumento de Harper (2008) e expõe que a obesidade afeta principalmente as mulheres. Ele ressalta que há um "pequeno efeito negativo relacionado à obesidade e diminuição da produtividade nas empregadas do sexo feminino" (MORRIS, 2007, p.20). Ou seja, pessoas obesas trabalhariam um pouco mais devagar do que pessoas consideradas com peso normal. Como decorrência do sobrepeso, consumidores e empregadores poderiam discriminar pessoas obesas, o que afetaria os salários (MORRIS, 2007).

Hamermesh e Parker (2005) dão continuidade aos estudos acerca das relações entre trabalho e beleza física. Dessa maneira, na tentativa de verificar como a beleza física afeta a produtividade e os resultados no ambiente de trabalho, os autores estudam o ambiente universitário procurando responder "em que medida a beleza física do professor afeta o aprendizado de seus alunos" (HAMERMESH; PARKER, 2005, p. 2; tradução livre). A conclusão da pesquisa aponta para um resultado significativo relacionado ao fato de que "os estudantes prestam maior atenção àqueles professores considerados mais atraentes" (HAMERMESH; PARKER, 2005, p. 14; tradução livre). Sendo possível considerar que o professor mais atraente tem maior produtividade e, por consequência, maior retorno salarial. Os autores alertam para a "discriminação feita por tal processo avaliativo, pois a produtividade e os salários podem estar indiretamente ligados à beleza física dos professores" (HAMERMESH; PARKER, 2005, p. 15; tradução livre).

GRISCI (2008, p. 2) "relaciona trabalho imaterial e subjetividade a partir de modos de controle vigentes em uma instituição bancária portuguesa". Trata-se de um estudo de caso onde se analisou "dois modelos de gestão implementados pela instituição bancária, relacionados à noção de trabalho imaterial e aos mecanismos do novo paradigma tecnológico organizado em torno das tecnologias de informação". (GRISCI, 2008, p. 2). Segundo a autora, tais "modelos de gestão" seriam responsáveis por potencializar "modos de controle rizomático que produzem a existência individual e coletiva dos trabalhadores por meio de incessante 'moldagem de si'" (GRISCI, 2008, p. 2). Além disso, verificou que a utilização da "gestão da imagem" afeta "os indivíduos em sua intimidade" (GRISCI, p. 16). Ou seja, "a gestão da imagem resulta em uma padronização de modelos e cores nos modos de vestir, enfeitar-se, pentear os cabelos e de falar, gesticular e posicionar o corpo de modo discreto e elegante, facilmente observável na empresa" (GRISCI, p. 16). Desta forma, existiria um padrão de imagem a ser relacionado ao ambiente de trabalho bancário. Eccel, Grisci e Tonon (2010) pesquisaram as representações do corpo numa revista de negócios. Os autores concluíram que, no ambiente específico de negócios, há homogeneização dos corpos masculinos e femininos (ECCCEL; GRISCI; TONON, 2010).

O estudo de Batista (2011) sobre beleza física no trabalho imaterial bancário alerta, no que diz respeito ao banco, para a influência de atributos referentes a determinado padrão de beleza física. A autora afirma que existem fatores implícitos e explícitos ligados a práticas como promoção e favorecimento dentro do ambiente bancário. Entre esses fatores, a beleza física acaba por importar no contexto de trabalho imaterial bancário estudado pela autora (BATISTA, 2011). Segundo Batista, "os sujeitos demonstram preocupação em atender às exigências da beleza física para o trabalho imaterial bancário" (BATISTA, 2011, p. 91).

Observou-se, ainda, que:

Mesmo os bancários que dispõem de beleza física, precisam ornar seus corpos de maneira adequada para que suas melhores características físicas se sobressaiam e possam, então, ser convertidas em vendas de produtos bancários e em ascensão na carreira de cada bancário que estiver disposto a seguir o padrão determinado pelos bancos. Além disso, compreende-se que os corpos vêm sendo produzidos justamente de forma a atender as metas, a aumentar o volume de vendas e a atingir níveis de lucro cada vez maiores para os bancos. E os bancários se acostumam a acordar mais cedo para fazer a barba diariamente, a usar o tempo de almoço para fazer as unhas ou cuidar dos cabelos, a usar o período de férias para realizar cirurgias estéticas. Tudo em nome das vendas, do lucro e da permanência no emprego. (BATISTA, 2011, p. 94).

Na mesma linha, o estudo de Grisci, Deus, Rech, Rodrigues e Gois (2014) realizado em instituição bancária, com 265 participantes, possibilitou compreender a beleza física como: investimento na carreira; instrumento da gestão gerencialista; definidora da visibilidade/invisibilidade dos corpos; e fonte de sofrimento no trabalho. (GRISCI; DEUS; RECH; RODRIGUES; GOIS, 2014). Em resumo:

A inexistência de normativos relativos à beleza física vigente no banco possibilita, num primeiro momento, a negação do fenômeno pelos trabalhadores. "Beleza não tem relação com o trabalho" (M, GF 5, p.1). "Eu acho que o banco não tem muito essa questão. No banco acho que não é esse o fator relevante para o trabalho" (H, GF 10, p.1). Da negação "eu acho que ela [a beleza física] não influencia em absolutamente nada [no trabalho bancário] [...]" (M, GF 1, p. 1), a afirmação "fulaninho bagulhou, eu já falei também" (M, GF 1, p.29), proferidas pelo mesmo sujeito em distintos momentos, coloca-se em perspectiva, portanto, a migração do politicamente correto à rentabilização que perpassa a discussão da beleza física no trabalho imaterial bancário. Da ordem do politicamente correto, a negação não se sustenta. "É difícil a gente admitir que a beleza física possa ter esse grau de relevância" (M, GF 1, p. 8). "O que se cobra é isso, que a pessoa tem de estar naquele padrão, que geralmente é pessoa alta, magra, que veste bem aquela roupa" (H, GF 7, p.3). "Não se enganem, e não pensem vocês que não existem

estas coisas no banco, porque existe e é forte, é grande, e o assédio é gigante [...] e, inclusive, a gente sabe de muitas histórias que ocorrem lá dentro” (M, GF 7, p. 8). (GRISCI; DEUS; RECH; RODRIGUES; GOIS, 2014, p. 11-12)

Casaca (2012), efetuou um estudo sobre trabalho emocional e trabalho estético em *call centers*. Casaca (2012) define trabalho emocional como o esforço que o trabalhador efetua para manter suas verdadeiras emoções escondidas dentro do ambiente de trabalho, na tentativa de mostrar um estado emocional considerado de acordo para a função que exerce. Trabalho estético compreenderia a "mobilização (*commodification*) das disposições corpóreas das/os trabalhadoras/res por parte da empresa ou organizações" (CASACA, 2012, p.3). No estudo em questão verificou-se que nas *call centers* o trabalho estético não é tão importante, no entanto o trabalho emocional é altamente regulado. Além disso, os autores concluíram que questões de gênero importavam para a efetuação do trabalho em questão. Ou seja, as mulheres faziam um trabalho de atendimento ao cliente, enquanto os homens trabalhavam no atendimento técnico (CASACA, 2012, p. 4).

Leist (2003) estudou as relações entre saúde e beleza física. Ele afirma que um corpo bonito é normalmente visto como um corpo saudável e propõe que a beleza não seja seguida como um fim em si mesmo (LEIST, 2003). Ou seja, “em princípio não há nada de errado em fazer um grande esforço para manter um corpo bonito. Mas não devemos esquecer que um corpo bonito é apenas uma imagem” (LEIST, 2003, p. 215; tradução livre). Embora a busca pela beleza física possa ser considerada um requisito para a saúde, a corrida incessante pela busca da melhor forma, atrelada à utilização de técnicas invasivas, como a cirurgia plástica, pode pôr em risco a saúde (LEIST, 2003). Nem sempre um corpo bonito significa saúde; por isso é feito o alerta de que a busca incessante pelo corpo belo pode trazer malefícios ao sujeito (LEIST, 2003).

Foucault (1992, p.147), ao questionar acerca do corpo necessário para o funcionamento da sociedade capitalista, expõe que, desde o século XVII até o início do século XX, acreditava-se “que o investimento do corpo pelo poder devia ser denso, rígido, constante, meticuloso” – e, assim, regimes disciplinares foram impostos em instituições totalitárias, como escolas, prisões, conventos, etc. Foucault (1992, p.148) analisa que a partir dos anos 1960, no entanto, a sociedade percebeu que “os controles da sexualidade podiam se atenuar e tomar outras formas”, visto que o corpo poderia ser moldado através do controle da sexualidade dos sujeitos. Se o poder disciplinar, analisado por Foucault (1996), tinha por objetivo tornar os corpos úteis, dóceis, produtivos e em condições para o exercício do trabalho material, que exigia força física

e submissão a movimentos repetitivos, aos olhos da gestão de si, correspondente ao trabalho imaterial, o corpo acompanha a mobilização da psique pelo poder gerencialista, sendo, portanto, portador de um padrão de beleza física adequado ao trabalho do sujeito (DEUS; RECH; RODRIGUES; GOIS, 2014; BATISTA, 2011; GRISCI, 2008).

Percebe-se que, o corpo não é menos regulado por conta dessa nova submissão imposta pela gestão gerencialista, no trabalho imaterial. Ao contrário, agora ele é "tão socialmente regulado quanto antes" (BAUMAN, 2009, p. 130). Bauman (2009, p 130), afirma que "mudaram apenas as agências regulatórias, com consequências ao longo alcance para os indivíduos incorporados, encarregados de administrar os corpos que têm e que são". Ou seja, o indivíduo é responsável pela forma que possui e cobrado pela capacidade não utilizada de transformar o seu corpo no produto adequado aos padrões de embelezamento físico que seu trabalho reivindica.

"A promessa fascinante de um ganho suplementar de saúde, juventude e beleza conquistou um espaço inédito nos meios científicos e artísticos, na mídia, em todas as esferas do nosso cotidiano" (COUTO, 2007, p. 42). Em seu posicionamento crítico, Couto ressalta que, sob a lógica do consumo, são deflagrados novos hábitos e comportamentos, nos quais cada um passa a ser responsável "pelo gerenciamento da aparência e dinâmica física e mental, comprometido com fluxos, velocidades e imediatismos, visando resultados praticamente instantâneos" (COUTO, 2007, p. 53). As exigências de velocidade tornam imperativo na sociedade líquido-moderna, ser leve e magro (SANT'ANNA, 2001; BAUMAN, 2007). Ao gestor de si (GAULEJAC, 2007) cabe a responsabilidade por seu corpo e por sua forma física (MISKOLCI, 2006), ressaltando-se, assim, um individualismo perverso, ligado à capacidade de autocontrole, característica amplamente utilizada pela gestão como fator de sucesso profissional.

Nesta perspectiva, os estudos realizados por Hamermesh e Biddle (1994), Leist (2003), Hamermesh e Parker (2005), Morris (2007), Grisci (2008), Harper (2008), Fletcher (2009), Batista (2011) e Grisci; Deus; Rech; Rodrigues; Gois (2014) apontam para a supremacia da beleza física em ambientes de trabalho diversificados (bancos, universidades, etc.). Em resumo, os estudos afirmam que a beleza física é uma questão a ser problematizada no trabalho e que os trabalhadores considerados fora de padrão podem ser punidos através da redução da remuneração.

Caberia, portanto, somente ao sujeito gestor de si (GAULEJAC, 2007) construir um corpo portador de beleza física que corresponda ao trabalho imaterial e à gestão gerencialista

(GRISCI; DEUS; RECH; RODRIGUES; GOIS, 2014; BATISTA, 2011; GRISCI, 2008). É neste sentido que o presente trabalho investiga e compreende a partir da perspectiva dos trabalhadores se, e como o embelezamento físico pode ser elemento importante para o exercício do trabalho imaterial.

2.3.1 Beleza física no trabalho imaterial sob a perspectiva da gestão gerencialista

Finalizando a revisão de literatura deste trabalho, lança-se uma reflexão acerca do embelezamento físico e do trabalho imaterial, sob a perspectiva da gestão gerencialista, na sociedade líquido-moderna (SANT'ANNA, 2001; MISKOLCI, 2006; BAUMAN, 2009; GAULEJAC, 2007; GRISCI; COUTO, 2007; BECKER; SCALCO; KRUTER, 2008; GRISCI, 2008; GRISCI; DEUS; RECH; RODRIGUES; GOIS 2014; BATISTA, 2011; NOVAES 2011).

As reportagens selecionadas de jornais e revistas demonstram uma crescente e enfática preocupação desde meados dos anos de 1990, relativa às questões de embelezamento e seus impactos no trabalho. Tais ilustrações justificam a base de argumentação deste estudo, no momento em que apontam a beleza como um mercado que vem crescendo economicamente; e, ainda, provocam reflexão, por conta da preocupação dos sujeitos com o embelezamento físico, o que se verificou nas reportagens selecionadas, que aproximam poder, vitória e sucesso ao embelezamento físico.

Embora o tema seja bastante divulgado nas revistas de grande circulação e seja considerado um setor econômico importante e atraente, na academia não se vê o mesmo interesse em estudá-lo. Verificou-se, na pesquisa em revistas acadêmicas que poucos trabalham abordam questões relacionadas à beleza, e, na verdade, nenhum deles faz qualquer menção as relações de trabalho imaterial e beleza física. Esse ponto justifica não somente o trabalho, como afirma sua importância no sentido de contribuir para a pesquisa no Brasil.

A respeito da noção de trabalho imaterial, após uma breve reflexão do mundo do trabalho e suas modificações, é importante ressaltar a sua possível aproximação com a beleza física, em especial, no desenvolvimento de tarefas afeitas a relacionamentos diretos com a clientela. O trabalho imaterial avança sobre todos os saberes e vivências dos trabalhadores, envolvendo nos modos de trabalhar todo seu tempo de vida. Assim, as rotinas são alteradas no intuito de que o trabalhador construa experiências de vida que agreguem valor ao seu trabalho.

Seria por essa via que os trabalhadores modificam seus corpos em busca de um padrão de beleza física na tentativa de se adequar ao seu trabalho.

A gestão gerencialista, por sua vez, mostrou-se um sistema de valores que rege a vida dos trabalhadores, seja no ambiente de trabalho, seja fora dele. Os valores do gerencialismo espalharam-se como norteadores da própria vida dos trabalhadores e alcançaram também àqueles de suas relações sociais e familiares. Assim, é na sociedade líquido-moderna (BAUMAN, 2009) – entendida como aquela em que as relações são fluidas, em que os gostos e os estilos mudam de forma a adequar-se às modas do aqui e agora – que a gestão gerencialista, como forma ideológica, prima pela ideia de que tudo pode e deve ser rentabilizado, levando a considerar-se, inclusive, o embelezamento físico como forma de rentabilização do trabalhador.

Nas reflexões efetuadas sobre embelezamento, verificou-se que o conceito de beleza se modificou ao longo dos séculos. O breve retrospecto permitiu ver que, nas últimas décadas, um padrão de beleza física vem sendo reforçado por meio da moda, da mídia ou mesmo da indústria. Nesta perspectiva, o padrão de beleza física da atualidade contempla um corpo magro, de aparência jovem e saudável. E, na tentativa de obter o corpo adequado a tal padrão, os sujeitos se submetem a diversos procedimentos, desde exercícios físicos até cirurgias plásticas estéticas.

Adiante serão explicitadas as escolhas epistemológicas e metodológicas que serviram para nortear a pesquisadora no caminho de construção deste estudo. Após, os resultados e, por fim, as considerações finais do estudo.

3. EPISTEMOLOGIA E ESCOLHAS METODOLÓGICAS

Tomamos por conhecimento aquilo que é representado em proposições linguísticas – arquivado em livros, revistas, disquetes, etc. Estas interpretações, para continuar um tema anterior, são constituintes de práticas sociais. Sob esta perspectiva, o conhecimento não é algo que as pessoas possuem em algum lugar dentro da cabeça, mas sim algo que as pessoas fazem juntas. (GERGEN, 2009, p. 310).

O saber científico diferencia-se dos demais em função de seu contexto metodológico, muito mais do que propriamente pelo seu conteúdo (MARCONI; LAKATOS, 2011). Portanto, serão abordados em seguida, os assuntos relativos à epistemologia e escolhas metodológicas. Inicialmente será apresentado o paradigma epistemológico que guiou a construção do estudo, o Construcionismo Social (SCHWANDT, 2000; HAMMOUTI; ÍÑIGUEZ, 2002; MARTINS, 2002). Em seguida serão apresentados os procedimentos metodológicos, entre eles, o estudo do método (GODOY, 2005; DENZIN e LINCOLN, 2000; MINAYO, 1992; FLICK, 2009; MINAYO; SANCHES, 1993; TRIVIÑOS, 2009; SEVERINO, 2007; BAUER; GASKELL, 2002), os participantes (MARRE, 1991; FLICK, 2009), a coleta de dados (GIL 2008; TRIVIÑOS, 2009; CAVEDON, 2008; MARCONI; LAKATOS, 2011), e a análise de dados (MINAYO, 2001).

3.1 O PARADIGMA EPISTEMOLÓGICO: CONSTRUCIONISMO SOCIAL

O presente estudo tem como embasamento o paradigma filosófico denominado *construcionismo social*. Schwandt (2000) afirma que, sob a perspectiva do construcionismo social, a construção do conhecimento apresenta características ideológicas, políticas, e é, também, permeada por valores. Portanto, não se trata de conhecimento desinteressado, apolítico ou mesmo livre de aspectos afetivos e incorporados na experiência humana. Segundo o autor:

Nós inventamos conceitos, modelos e esquemas para dar sentido à experiência, e nós, continuamente testamos e modificamos estas construções à luz da nova experiência. Além disso, há uma dimensão histórica e sociocultural inevitável a esta construção. Nós não construímos a nossa interpretação no isolamento, mas em um cenário de entendimentos compartilhados, práticas linguísticas e assim por diante. (SCHWANDT, 2000, p. 197, tradução livre)

Sendo assim, trata-se de conhecimento que está em constante transformação, e mesmo que o estudo precise ser finalizado e seja necessário aplicar o ponto final no mesmo, não significa que, em tempo, suas ideias não possam ser revistas. Segundo Schwandt (2000, p. 197 – tradução livre), o "construcionismo social se opõe à epistemologia realista e empirista", em que o conhecimento simplesmente reflete o que está "lá fora"; isso porque o conhecimento transpassa valores e está sempre permeado por características, ou seja, não é isento de humanidade. Hammouti e Íñiguez (2002) afirmam que uma das principais características desse paradigma é não admitir uma definição fixa. Sendo assim, não existe uma forma correta ou elemento que permita dizer o que é ou não construcionismo social.

Schwandt (2007, p. 200 - tradução livre) afirma que o construcionismo social trata de um "meio de ampliar e democratizar a conversa sobre as práticas humanas e de submeter estas práticas a um processo contínuo de reflexão". Complementando tal análise, Ibañez (1994) afirma que se trata de constituir um conhecimento especializado, que será mais coerente, preciso, fundamentado e mais sólido do que os conhecimentos de sentido comum. Embora o construcionismo social não contenha uma definição específica, determinadas características e perspectivas podem ser arroladas na tentativa de tornar claro ao pesquisador a utilização de suas ideias no estudo. Tais características são apresentadas a partir de postulados de Martins (2002).

Dentre os quatro postulados destacados por Martins (2002), o primeiro refere-se a questionar as verdades naturalizadas, considerando que a construção do conhecimento não é imparcial, pois se trata de uma formulação construída e reproduzida dentro da sociedade. O segundo postulado considera as peculiaridades relacionadas à história e à cultura nos locais em que o conhecimento é produzido – e acredita que esse é um processo histórico particular, produzido em uma cultura ou grupo, não apresentando, portanto, uma ordem universal. Permite compreender que "[...] práticas cotidianas [produzem] conceitos, taxonomias e definições que não são universais, mas funcionais a uma determinada forma de entender a própria vida" (MARTINS, 2002, p. 129). O terceiro postulado diz que o conhecimento seria resultado de uma construção coletiva e permite conceber o mundo através de ações do cotidiano. O quarto postulado faz referência ao fato de que construção social e ação humana não podem ser separadas, já que, uma influência constantemente a outra. Desta forma, o que importa é que a interação, além de construir conhecimento, é condicionada pelas práticas em uma "relação mútua na qual as relações produzem saber, e o saber produz as relações" (MARTINS, 2002, p. 131).

Esses postulados não são características estanques que devem ser seguidas pelo pesquisador, mas refletem a forma como este pensa e age com relação ao processo de construção de conhecimento. No presente estudo tratou-se de verificar e analisar do ponto de vista das trabalhadoras que se submeteram a cirurgia plástica estética, se e de que modo o embelezamento físico se mostra como requisito da gestão gerencialista para o exercício do trabalho imaterial. Salienta-se que, a utilização da denominação trabalhadoras a partir de agora será necessária visto que apenas mulheres foram entrevistadas.

Consideradas, portanto, todas as características acima relatadas, importa registrar, a partir de agora, os procedimentos metodológicos que foram utilizados no desenvolvimento deste estudo: o método, os participantes, a coleta dos dados e a análise de dados.

3.2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Os procedimentos metodológicos procuram explicitar os passos dados na construção de um estudo. Tais procedimentos englobam: o método, que explica a forma como o estudo foi conduzido; os participantes, escolhidos ou indicados para participar do estudo e que são responsáveis por auxiliar a pesquisadora a responder os objetivos do estudo; a coleta de dados, que explica de que forma os dados foram coletados pela pesquisadora; e, por fim, a análise de dados, que explica de que forma as informações coletadas serão analisadas. Dessa forma, a seguir serão apresentados tais procedimentos relativos a este estudo.

3.2.1 Método

Autores como Marconi e Lakatos (2011), Minayo (1992), Minayo e Sanches (1993), Godoy (1995), Denzin e Lincoln (2000), Flick (2009), Triviños (2009), Bauer e Gaskell (2002) e GIL (2008) foram imprescindíveis à compreensão dos encaminhamentos do estudo, que trata de um estudo com abordagem qualitativa e exploratória.

Segundo Godoy (1995, p. 62), a abordagem qualitativa visa compreender amplamente o fenômeno que está sendo pesquisado, considerando que “todos os dados da realidade são importantes e devem ser examinados”. Além disso, Godoy (1995, p. 62) afirma que dentro do ambiente de pesquisa, cada sujeito envolvido deve ser olhado como um todo, de forma

"holística", e não apenas reduzido a uma variável. Minayo (1992) adiciona, ainda, que esta abordagem é capaz de incorporar significado e intencionalidade aos atos, às relações e às estruturas sociais.

Denzin e Lincoln (2000) afirmam que a pesquisa é uma atividade que possui como característica principal situar o observador no mundo. Ou seja, trata-se de um conjunto de práticas materiais e interpretativas que torna visível aos olhos de todos, um determinado fato que ocorre no mundo. Segundo os autores, são as práticas que transformam o mundo em uma série de representações, incluindo notas de campo, entrevistas, conversas, fotografias, gravações e anotações pessoais. Nesse sentido, a pesquisa qualitativa seria uma abordagem mais interpretativa sobre o mundo; posto que os pesquisadores buscam compreender determinados fenômenos em seus cenários naturais e os significados que as pessoas conferem a eles (DENZIN; LINCOLN, 2000). Nas palavras do autor: "os pesquisadores qualitativos enfatizam a natureza socialmente construída da realidade, a íntima relação entre o pesquisador e o que é estudado e as limitações situacionais que formam tal investigação." (DENZIN; LINCOLN, 2000, p. 8; tradução livre).

A abordagem qualitativa, segundo Flick (2009), utiliza o texto como material empírico. Além disso, ela parte da noção da construção social das realidades em estudo e se interessa pelas perspectivas dos participantes (FLICK, 2009). Tal definição é consoante com as premissas do construcionismo social, também utilizado neste estudo. Minayo e Sanches (1993, p. 245) afirmam que tal abordagem tem sua cientificidade pensada como uma "ideia reguladora de alta abstração, e não como sinônimo de modelos e normas rígidas". Portanto, o trabalho qualitativo busca sempre duas direções: na primeira, elabora suas teorias, métodos, princípios e estabelece os resultados a partir dali; na segunda, inventa, ratifica seu caminho, abandona certas vias e toma direções privilegiadas (MINAYO; SANCHES, 1993). Segundo os autores, a metodologia qualitativa:

[...] compartilha a ideia de "devir" no conceito de cientificidade. Definir o nível de simbólico, dos significados e da intencionalidade, constituir-lo como um campo de investigação e atribuir-lhe um grau de sistematicidade pelo desenvolvimento de métodos e técnicas têm sido as tarefas e os desafios dos cientistas sociais que trabalham com a abordagem qualitativa ao assumirem as críticas interna e externa exercidas sobre suas investigações. (MINAYO; SANCHES, 1993, p. 245)

Triviños (2009) salienta dois fatores importantes no sentido de caracterizar a essência da pesquisa qualitativa: a natureza “desreificadora” dos fenômenos, do conhecimento e do ser humano; e a rejeição da pesquisa qualitativa com relação à ideia de neutralidade do saber científico. Além disso, o referido autor afirma que a abordagem qualitativa não deve ser pensada a partir de hipóteses rígidas a serem empiricamente verificadas. Significa que durante a pesquisa não existem verdades estanques ou imutáveis e o pesquisador estará, constantemente, buscando novas verdades, modificando-as e refazendo-as.

Este estudo utiliza uma abordagem qualitativa e exploratória (BAUER; GASKELL, 2002). Considerando que a pesquisa exploratória se desenvolveu “com o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato” (GIL, 2008, p. 27). Ou seja, o objetivo de uma pesquisa exploratória é explorar um assunto pouco conhecido ou explorado. Embora a primeira parte dos resultados envolva uma pesquisa em fontes secundárias e a utilização de planilhas para seu desenvolvimento, sua análise toda feita a partir de parâmetros qualitativos.

A abordagem qualitativa e exploratória ocorre, primeiramente, pela abordagem holística que será dada ao tema. Em segundo lugar, considerando que se trata de uma reflexão acerca de temas complexos e pouco explorados academicamente como o embelezamento físico relacionado ao trabalho imaterial, sob a ótica da gestão gerencialista. Por fim, tratam-se de uma forma eficaz de interação entre o pesquisador e seu campo de pesquisa, considerando que o primeiro tem a oportunidade de sair de sua sala ao efetuar entrevistas e observar os participantes, compreendendo de formas diversas as peculiaridades de sua pesquisa.

3.2.2 Participantes

A partir dos objetivos elencados para o presente estudo, foram delineados os participantes do mesmo: trabalhadoras, que atuam na perspectiva do trabalho imaterial e que realizaram cirurgias plásticas estéticas. Destaca-se, neste momento, que a utilização da denominação trabalhadoras se dá pois apenas mulheres foram contatadas, fenômeno explicado adiante neste estudo. As trabalhadoras foram contatadas via SBCP, tendo como ponto de partida o primeiro cirurgião entrevistado, considerado como um dos mais atuantes em cirurgia plástica estética no estado do Rio Grande do Sul. Com tal informação em mãos, o contato ocorreu através de telefone e e-mails trocados com as secretárias destes cirurgiões, que agendaram a entrevista em

sua clínica particular. Ao cirurgião foi solicitado que indicasse um paciente para ser entrevistado e, também, um colega de profissão para dar continuidade aos estudos de caso apresentados. Sendo assim, a estratégia utilizada fora a “bola de neve”, em que “[...] as primeiras pessoas investigadas sugerem outras, ou estabelecem, no decorrer da verbalização, pontos estratégicos, estruturas, conexões importantes para a descoberta de relações” (MARRE, 1991, p. 12). No total, foram entrevistados 6 (seis) cirurgiões plásticos e 6 (seis) trabalhadoras indicadas pelos primeiros, considerando que o conjunto de participantes do estudo foi efetuado a partir do delineamento das necessidades que vão surgindo em decorrência da realização do estudo (FLICK, 2009). A Tabela 1 caracteriza os cirurgiões entrevistados, e a Tabela 2 caracteriza as trabalhadoras que se submeteram a cirurgias plásticas estéticas entrevistados.

Tabela 1 – Caracterização dos cirurgiões plásticos entrevistados

Nome Fictício	Escolaridade relativa à cirurgia plástica	Sexo	Idade	Estado Civil	Tempo aproximado de atuação em Cirurgia Plástica	Principal especialidade cirúrgica
Ramsés	Especialista	Masculino	65	Casado	40 anos	Rinoplastia
Rudamon	Especialista	Masculino	64	Casado	40 anos	Lifting Facial
Seti	Especialista	Masculino	64	Divorciado	20 anos	Silicone
Akhenaton	Especialista	Masculino	42	Casado	15 anos	Silicone
Meritamom	Mestre	Feminino	33	Solteira	03 anos	Botox
Amenófis	Doutor	Masculino	65	Casado	40 anos	Blefaroplastia

Fonte: Elaborada pela autora

Tabela 2 – Caracterização das trabalhadoras entrevistadas

Nome Fictício	Ocupação	Formação	Faixa Etária	Estado Civil	Tempo de trabalho
Cleópatra	Médica	Médica	60 a 70 anos	Divorciada	36 anos
Nefertiti	Advogada	Advogada	30 a 40 anos	Casada	12 anos
Eurídice	Funcionária Pública	Analista de Sistemas	40 a 50 anos	Solteira	22 anos
Tiaa	Bancária	Administradora	50 a 60 anos	Casada	38 anos
Kiya	Cirurgiã Plástica	Médica Cirurgiã Plástica	30 a 40 anos	Solteira	7 anos
Berenice	Funcionária Pública	Advogada	60 a 70 anos	Casada	29 anos

Fonte: elaborada pela autora

Pode-se verificar, a partir da Tabela 1, que a maior parte dos cirurgiões plásticos entrevistados é composta por homens - apenas uma mulher. Observa-se também que estes trabalham há períodos distintos de tempo, de 03 anos a 40 anos de atuação, nesta especialidade, fato que serviu para qualificar as respostas de cada um à entrevista.

Sobre os trabalhadores que participaram do estudo, observa-se, primeiramente, que se tratam, exclusivamente, de mulheres, com idades que variam de 30 a 70 anos, das mais variadas profissões, entre elas, advogada, médica, funcionária pública, bancária e, inclusive, uma cirurgiã plástica. Por conta disso, os participantes do estudo são tratados por trabalhadoras. As entrevistas ocorreram nas cidades de Porto Alegre, Caxias do Sul e Santa Rosa. Em todos os casos houve deslocamentos até as cidades para entrevistar tais trabalhadoras. Maiores detalhes sobre a coleta de dados serão explicados adiante.

Deve-se ressaltar que se optou pela utilização de nomes fictícios para se referir às trabalhadoras e, também aos cirurgiões, a fim de manter o sigilo com relação à suas identidades. Os nomes fictícios utilizados são de faraós e rainhas do Egito Antigo, por serem compreendidos como elementos do imaginário social relacionados a beleza que transcende o tempo.

Neste momento, importa registrar algumas questões relacionadas às dificuldades enfrentadas no que concerne às entrevistas realizadas. Como os médicos cirurgiões plásticos foram indicados por colegas de trabalho, o contato foi sempre muito tranquilo e não houve dificuldade em marcar as entrevistas e efetuar-las. No entanto, o mesmo não pode ser dito com relação às trabalhadoras. Embora a expectativa fosse de que pouco ou nenhum paciente negaria a entrevista, considerando que se trata de uma cirurgia bastante recorrente nos dias de hoje, a realidade fora completamente diversa. A maior parte daqueles contatados negaram-se a participar do estudo, com destaque para os homens. Conforme as secretárias dos cirurgiões plásticos relataram, por ocuparem cargos de chefia e com medo de qualquer exposição, eles não aceitaram ser entrevistados. Alguns chegaram a marcar entrevistas, mas não compareceram, alegando estarem "muito ocupados" para participar. Por conta disso, apenas mulheres foram entrevistadas.

Para cada entrevista feita com cirurgião plástico estético foram sugeridos por estes de 4 a 5 pacientes que teriam o perfil buscado para participar do estudo: trabalhadores que fizeram cirurgias plásticas estéticas de forma recorrente. Este contato seguiu um ritual, por conta de questões relacionadas ao sigilo entre médico e paciente. Após a seleção prévia feita pelo

cirurgião, a secretária deste entrava em contato com o/a paciente - normalmente via telefone, explicava que uma pessoa gostaria de entrevistá-lo/a para fins de realizar um estudo acadêmico sobre embelezamento físico, e que a entrevista giraria em torno de questões relacionadas à cirurgia plástica efetuada. Se o paciente concordasse com os termos expostos, a secretária do cirurgião entregava o contato deste a fim de dar continuidade às entrevistas. Dos 4 ou 5 pacientes contatados pela secretária, normalmente, 2 deles passavam seus dados e aceitavam participar do estudo. Com o contato destes dois trabalhadores em mãos (telefone e e-mail) dava-se continuidade a comunicação, desta vez, de forma direta. Após as ligações e e-mails enviados, de cada cirurgião apenas 1 paciente concordou em fazer a entrevista e participar do estudo. Ressalta-se, que, em alguns casos, foi necessário novo contato com o cirurgião e a indicação de mais pacientes para o estudo, pois os contatos recebidos da primeira vez não concordaram em participar do estudo. Dessa forma, após os contatos efetuados deu-se a coleta de dados, de acordo com os parâmetros descritos na sequência.

3.2.3 Coleta De Dados

A coleta de dados deu-se de duas formas distintas. Para a primeira fase do estudo, onde que foi necessário a captura de informações no sentido de se compreender indícios relativos ao embelezamento físico, foi utilizada a pesquisa em sítios de internet, considerados papéis ou outras fontes de trabalho (GIL, 2008). A segunda fase do estudo, mais extensa, foi feita através de observações não-participantes e entrevistas. Tais formas são consideradas por Gil (2008) como mais flexíveis para coletar dados num estudo. Segundo Gil (2008) a observação é considerada um elemento fundamental para o estudo, tendo função essencial durante a fase de coleta de dados. Segundo o autor, sua maior vantagem é perceber os fatos diretamente, sem intermediários, cuidando, no entanto, a questão de que a presença do observador pode causar alterações no comportamento dos observados (GIL 2008). A entrevista é definida como a forma pela qual o investigador fica de frente com o investigado e lhe propõe questões, com a intenção de obter dados que possam ser utilizados no estudo. Trata-se de uma "interação social", em que uma das partes busca coletar dados e a outra é considerada como fonte de tal informação (GIL, 2008, p. 109). Existem diversos tipos de entrevista: informal, estruturada, semiestruturada, focalizada, por pautas, face a face, por telefone, etc. (GIL, 2008).

Para a primeira fase do estudo, foram coletados dados de fontes secundárias (GIL, 2008). Os dados relativos à SBCP foram coletados em divulgações feitas no sítio de internet

desta organização. Os dados relativos à ABIHPEC foram coletados através de relatórios divulgados no sítio de internet desta organização. Os dados relativos ao IBGE foram coletados a partir informações fornecidas através do sítio de internet desta organização. Os dados relativos à JUCERGS foram pedidos pessoalmente pela pesquisadora e entregues também pessoalmente através da secretaria deste órgão.

A observação é considerada uma técnica de coleta de dados utilizada na tentativa de coletar informações e utilizar os sentidos na captura de aspectos da realidade (MARCONI; LAKATOS, 2011). Não se trata de apenas ver e ouvir, trata de examinar os fatos ou os fenômenos que se deseja estudar. (MARCONI; LAKATOS, 2011). Na observação não participante o pesquisador está em contato com o grupo pesquisado, mas não se envolve nas situações observadas (MARCONI; LAKATOS, 2011, p.78).

As observações não-participantes foram realizadas entre janeiro de 2015 e maio de 2016. O tempo de observação variou de 3 a 5 horas em cada clínica de cirurgia plástica estética. Considerando que foram visitadas 6 clínicas de cirurgia plástica estética, e que algumas clínicas foram visitadas mais de uma vez, o tempo total médio de observação foi de 30 horas. Foi utilizado diário de campo (CAVEDON, 2008) com anotações sobre as observações feitas. Segundo Cavedon (2008) diário de campo é onde o pesquisador narra todos os acontecimentos ocorridos.

As entrevistas foram feitas a partir de uma relação de perguntas previamente elaboradas. Segundo Marconi e Lakatos (2001), trata-se de entrevista padronizada ou estruturada. Neste tipo de entrevista o entrevistador segue um roteiro e as perguntas são prefixadas (MARCONI; LAKATOS, 2011). Triviños (2009) denomina tal modalidade de entrevista como semiestruturadas, esta possui como característica "questionamentos básicos, feitos pelo entrevistador, que são apoiados em teorias que se relacionam ao tema da pesquisa". O foco principal é colocado pelo investigador-entrevistador. O autor afirma que a entrevista semiestruturada “[...] favorece não só a descrição dos fenômenos sociais, mas também sua explicação e a compreensão de sua totalidade [...]” além de manter a presença consciente e atuante do pesquisador no processo de coleta de informações (TRIVIÑOS, 2009, p. 152). Tratam-se, portanto, de questões enumeradas e arroladas, feitas pelo pesquisador e dirigidas a um entrevistado, na tentativa de atingir os objetivos da pesquisa (TRIVIÑOS, 2009).

As entrevistas semiestruturadas foram realizadas com médicos cirurgiões plásticos e com as trabalhadoras que efetuaram cirurgia plástica estética. Todas entrevistas foram antecedidas pela assinatura do termo de consentimento livre e esclarecido, encontrado no

apêndice B do presente estudo. No apêndice C, encontra-se o roteiro básico de entrevista semiestruturada com o médico cirurgião plástico. E, no apêndice D, o roteiro básico de entrevista semiestruturada com trabalhador que efetuou cirurgia plástica estética. As questões, direcionadas aos cirurgiões plásticos, pretenderam captar deles sua visão sobre embelezamento físico, trabalho e sobre cirurgia plástica. As questões das trabalhadoras foram divididas em basicamente três áreas: sobre o trabalho destas, sobre embelezamento físico e sobre a cirurgia plástica efetuada. Os roteiros permitiram que a conversa se desenrolasse de modo favorável à compreensão do que os entrevistados - cirurgiões e trabalhadoras que efetuaram cirurgia plástica estética - pensavam ou sentiam relativo à temática. E, em alguns casos, não houve a necessidade de efetuar todas as perguntas, pois elas vinham sendo contempladas nas narrativas dos entrevistados. No conjunto, todas as questões objetivam verificar e analisar, do ponto de vista das trabalhadoras que se submeteram a cirurgia plástica estética, se e de que modo o embelezamento físico se mostra como requisito da gestão gerencialista para o exercício do trabalho imaterial. Para compreender a cronologia das entrevistas, foi criada uma figura que pode ser vista a seguir. A Figura 13 parte do primeiro entrevistado até o último contato registrado, para finalizar as entrevistas. Este registro é interessante, pois permite visualizar os caminhos seguidos pelo estudo.

Figura 13 – Cronologia das indicações "bola de neve" das entrevistadas



Fonte: elaborada pela autora

Conforme a Figura 13, a pesquisadora iniciou o processo de entrevistas a partir do cirurgião plástico - Akhenaton. Este indicou a paciente Nefertiti e a cirurgiã Meritanon;

Meritanon indicou a paciente Cleópatra e o cirurgião Ramsés; Ramsés indicou a paciente Tiaa e o cirurgião Rudanon; Rudanon indicou a paciente Eurídice e o cirurgião Seti; O cirurgião Seti indicou a paciente Berenice e o cirurgião Amenófis; E, por fim, o cirurgião Amenófis indicou a paciente Kiya.

Para iniciar as entrevistas houve um primeiro contato com a SBCP, feito via telefone, a fim de que indicassem um cirurgião plástico a ser entrevistado. O Primeiro cirurgião foi indicado pelo SBCP por ser considerado alguém em evidência no cenário de cirurgia plástica no Rio Grande do Sul. A SBCP informou o nome completo do médico cirurgião plástico e os telefones comerciais. A partir de tais informações o contato foi efetuado e a entrevista agendada. Ressalta-se que tal contato e agendamento foi feito pelas secretárias de cada cirurgião plástico entrevistado. Da mesma forma, as secretárias agendaram as entrevistas com as trabalhadoras entrevistadas. Deve-se ressaltar que, no caso das trabalhadoras, por conta de questões de sigilo entre médico e paciente, foi necessário que os cirurgiões (por intermédio de suas secretárias) entrassem, primeiramente, em contato com estas. E, somente após autorização prévia era fornecido o contato de cada trabalhadora.

As entrevistas com os cirurgiões plásticos foram todas feitas em seus locais de trabalho (clínicas localizadas nas cidades de Porto Alegre, Caxias do Sul e Santa Rosa). As entrevistas com as trabalhadoras que efetuaram cirurgia plástica ocorreram em diversos locais, tais como, cafeterias, a casa dos entrevistados e, o local de trabalho. Chamou atenção o fato de que apenas uma entrevistada marcou o encontro em seu local de trabalho. Por fim, o número de entrevistados foi considerado suficiente, visto que as respostas contemplaram características semelhantes entre as entrevistadas e houve certo padrão nas respostas que levaram à compreensão do estudo.

O tempo médio de entrevista foi de 45 minutos com relação às trabalhadoras e aos cirurgiões plásticos. O tempo mínimo de duração correspondeu a 30 minutos e o máximo até 1h20min para ambos perfis entrevistados. Além disso, em alguns casos, assim que o gravador era desligado, algumas questões importantes surgiam. Por exemplo, ao final da entrevista com o cirurgião plástico Amenófis, percebeu-se claramente uma modificação da forma de falar e agir do entrevistado, pois este parecia mais relaxado e, inclusive, fez comentários acerca de sua própria forma física e o quanto ele próprio necessitava de "ajustes". Tais informações foram anotadas no diário de campo e utilizadas nos resultados do estudo.

3.2.4 Análise de Dados

A análise dos dados inicia por uma pesquisa feita a fim de que se apresentasse indícios coletados a partir da SBCP, da ABIHPEC, do IBGE e da JUCERGS acerca da relação produção consumo relacionada ao embelezamento físico. Num segundo momento a análise inicia a partir das anotações das observações relativas às clínicas de cirurgia plástica visitadas, das entrevistas feitas com as trabalhadoras que efetuaram cirurgia plástica e das entrevistas feitas com cirurgiões plásticos estéticos. Neste caso, seguiu-se as indicações de Minayo (2011), acerca de trabalho de campo. Segundo a autora, neste tipo de trabalho, o pesquisador constrói um relato que é "composto por depoimentos pessoais e visões subjetivas dos interlocutores, em que as falas de uns se acrescentam às dos outros e se compõem com ou se contrapõem às observações" (MINAYO, 2011).

Para o tratamento dos dados relativos às divulgações coletadas na SBCP e ABHIPEC utilizou-se a análise de conteúdo (MINAYO, 2011). Para o tratamento dos dados relativos ao IBGE e JUCERGS utilizou-se a análise de conteúdo (MINAYO, 2011) sobre os dados encontrados a partir da planilha eletrônica Microsoft Office Excel 2010. Para o tratamento dos dados relativos às observações feitas às clínicas de cirurgia plástica visitadas e as observações das entrevistas optou-se pela análise de conteúdo, segundo Minayo (2011). Especificamente para a fase de análise, seguindo o que aborda Minayo (2001) foram realizados os seguintes passos: ordenação dos dados - ordenamento dos dados obtidos através das anotações efetuadas, em diário de campo, durante as observações não-participantes e as entrevistas; classificação dos dados - a partir da importância em relação aos objetivos propostos; análise final - onde a partir da literatura é descrito e analisado os dados conforme estabelecido nos objetivos do estudo. As observações levaram a dois momentos distintos de análise: primeiramente feita durante a observação e, após, na leitura das anotações efetuadas.

As anotações relativas às observações e a transcrição das entrevistas foram lidas exaustivamente como forma de perceber o menor detalhe relativo às respostas dos objetivos propostos neste estudo. As informações foram agrupadas de acordo com os objetivos específicos estipulados, correspondendo cada subcapítulo da análise a uma resposta dos objetivos. Desta forma o segundo subcapítulo dos resultados trata de apresentar e analisar as principais características das clínicas de cirurgias plásticas utilizadas pelas trabalhadoras que efetuaram cirurgia plástica estética; o terceiro subcapítulo dos resultados trata verificar e analisar se, e como as características do trabalho imaterial se apresentam na narrativa das

trabalhadoras que efetuaram cirurgia plástica estética; o quarto subcapítulo dos resultados trata de verificar e analisar se, e como as características da gestão gerencialista se apresentam na narrativa das trabalhadoras que efetuaram cirurgia plástica estética; o quinto subcapítulo trata de verificar e analisar o que as trabalhadoras que efetuaram cirurgia plástica estética compreendem por embelezamento físico; e, o último subcapítulo dos resultados trata de verificar e analisar se, e como as trabalhadoras que efetuaram cirurgia plástica estética relacionam a cirurgia plástica estética realizada, com o seu trabalho.

As transcrições e anotações foram analisadas e interpretadas de forma a envolver a literatura estudada. Portanto, o referencial acerca de trabalho imaterial, gestão gerencialista e embelezamento físico foram utilizados para atingir o objetivo proposto. Como afirma Minayo (2001) os resultados de um estudo são provisórios e aproximativos, pois com o avanço da ciência se chega a novas descobertas, que acrescentam, modificam e mostram novos caminhos para pesquisa. Desta forma, os resultados que seguem não levam, apenas, as conclusões expostas, mas também, a novos questionamentos acerca do assunto.

Com a preocupação de construir um trabalho fidedigno a realidade explorada e de entregar valor, além do teórico esperado, para a sociedade em que coexiste o objeto de estudo, este trabalho atendeu aos critérios de validade e confiabilidade para uma pesquisa qualitativa. Como validade entende-se a confiança que se pode atribuir às conclusões realizadas a partir da análise, considerando a competência do instrumento de coleta de dados para o alcance dos objetivos da investigação; como confiabilidade tem-se a consistência com que um procedimento de pesquisa poderá explorar determinado fenômeno, isto é, o fenômeno observado (GASKELL; BAUER, 2005).

4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

A apresentação e a análise de resultados buscam atender aos objetivos propostos para o presente estudo. Num primeiro momento são apresentados os resultados obtidos através da coleta de indícios da SBCP, do IBGE e da JUCERGS relativos à temática. Após, são apresentados os resultados obtidos através das observações não-participantes nas clínicas dos cirurgiões plásticos entrevistados. Por fim, são relatados os resultados obtidos através das entrevistas feitas com os cirurgiões plásticos e com as trabalhadoras que efetuaram cirurgias plástica estética. Tais dados são analisados de forma a compreender as relações entre embelezamento físico e trabalho imaterial no contexto da gestão gerencialista de acordo com os objetivos propostos.

4.1 . INDÍCIOS RELATIVOS À TEMÁTICA

Como forma de suprir o objetivo específico apresenta indícios relativos à temática a partir da Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica, da Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal Perfumaria e Cosmética, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística e da Junta Comercial do estado do Rio Grande do Sul foi efetuada uma coleta de dados. Tal coleta deu-se a partir de divulgações e informações publicadas pelas entidades acima relacionadas. Ressalta-se que os relatórios e informações apresentadas são os mais atualizados disponíveis por casa organização.

4.1.1 Indícios advindos da Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica

Os indícios advindos da SBCP foram coletados a partir de pesquisa feita no sítio de internet desta instituição. Foram coletadas e analisadas todas as divulgações feitas pela SBCP que pudessem auxiliar na compreensão deste estudo.

Divulgações feita pela SBCP (2017a) dão conta de que no ano de 2013 ocorreram, em todo mundo, mais de 23 milhões de procedimentos cirúrgicos e não-cirúrgicos. O procedimento mais popular é a toxina botulínica, (incluindo todos seus métodos utilizados, tais como Botox, Dysport e Xeomin) (SBCP, 2017a). O *ranking* de países que mais efetuam procedimentos

cirúrgicos (estéticos e reparadores) no mundo é: Estados Unidos, Brasil, México, Alemanha e Espanha (SBCP, 2017 a). Em número de **cirurgias plásticas estéticas** realizadas, o Brasil superou os EUA em 2013 tornando-se o **número um**, neste tipo de procedimento, no mundo (SBCP, 2017a).

Em todo mundo, entre os anos de 2013 e 2016, as mulheres efetuaram mais de 20 milhões de procedimentos cirúrgicos e não-cirúrgicos, cerca de 87,2% do total. Tais procedimentos foram: aumento das mamas, lipoaspiração, blefaroplastia (cirurgia de pálpebra), lipoescultura e elevação de mama (SBCP, 2017a). No mesmo período, por sua vez, os homens efetuaram mais de 3 milhões de procedimentos cirúrgicos e não cirúrgicos, 12,8% do total (SBCP, 2017a). Tais procedimentos foram: rinoplastia (cirurgia do nariz), redução de mama para ginecomastia (aumento das mamas em homens), blefaroplastia, lipoaspiração e otoplastia (cirurgia de orelha) (SBCP, 2017a).

Ainda segundo a SBCP (2017a), as cirurgias plásticas cresceram 129,9% entre os anos 2009 e 2012, colocando o Brasil em segundo lugar no *ranking* mundial de procedimentos cirúrgicos e primeiro lugar em procedimentos cirúrgicos estéticos. No ano de 2008, a SBCP (2017b) calculou que eram feitas aproximadamente 629 mil cirurgias plásticas por ano. Destas, 73% com finalidade apenas estética; sendo que 80% são procedimentos cirúrgicos, ou seja, requerem internação e tratamento. Além disso, o mesmo relatório afirma que do total de procedimentos não cirúrgicos (20%), 92% tratam de preenchimento facial com toxina botulínica (SBCP, 2017b).

Com relação ao perfil dos operados, no Brasil, a entidade diz que 70% das cirurgias plásticas são realizadas em pacientes brancos, 20% em pardos, 7% em negros e 3% em amarelos – indígenas não atingiram 1%. A grande maioria das intervenções foi efetuada em brasileiros (95%). Apenas 3% em estrangeiros não residentes no Brasil e 2% estrangeiros com domicílio em território nacional. Procedimentos cirúrgicos estéticos e reparadores foram mais expressivos em mulheres, porém, a participação do sexo feminino em intervenções estéticas (88%) é mais forte que em reparadoras (59%). A maior parte das cirurgias estéticas é feita em pessoas da faixa etária entre 19 e 50 anos (72%), mais especificamente, 38% de 19 a 35 anos e 34% de 36 a 50 anos (SBCP 2017b).

Os relatórios indicaram um determinado perfil de pessoas que busca a cirurgia plástica estética: mulheres brancas com idade entre 19 e 50 anos. Tal perfil corresponde exatamente às trabalhadoras entrevistadas para este estudo. Deve-se salientar que há uma lacuna sobre o perfil socioeconômico das pessoas que buscam cirurgia plástica estética no Brasil. Além disso, os

relatórios permitem ver um crescimento expressivo do setor de cirurgia plástica brasileiro o que se compreende relevante frente à temática do presente estudo.

4.1.2 Indícios advindos da Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, perfumaria e Cosméticos

Os indícios relativos a ABHIPEC foram coletados a partir de pesquisa feita no sítio de internet desta instituição. Foram coletadas e analisadas todas as divulgações feitas pela SBCP que pudessem auxiliar na composição deste estudo. A organização costuma fazer anuários com divulgações referentes ao setor. Desta forma, foram analisados, um a um, tais documentos para que as informações fossem coletadas.

Segundo Anuário publicado pela ABIHPEC (2009), o Brasil é o terceiro maior mercado mundial do setor de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosmética (HPPC) em receita gerada por vendas ao consumidor. No ano de 2008 o setor movimentou US\$ 28,7 bilhões, com uma participação de 8,6% no mercado mundial, o que significa um crescimento de 27,4% se comparado ao ano anterior (ANUÁRIO ABIHPEC, 2009). A Indústria Brasileira de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos teve um crescimento médio deflacionado composto de 10,6% entre os anos de 1996 e 2009, tendo passado de um faturamento “*ExFactory*” (na saída da fábrica, sem a incidência de impostos) de R\$ 4,9 bilhões em 1996 para R\$ 21,7 bilhões em 2008 (ANUÁRIO ABIHPEC, 2009). Com relação ao mercado mundial o Brasil representa 8,6% do percentual relacionado à Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos, ocupando a terceira posição do ranking de 2008 divulgado pelo Euro monitor, atrás apenas dos EUA e Japão.

Segundo Anuário ABHIPEC (2010) inúmeros fatores contribuíram para o substancial crescimento da indústria brasileira de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos. A participação cada vez maior da mulher no mercado de trabalho brasileiro, a utilização de tecnologia de ponta, o crescente número de lançamento de produtos, e a ampliação da expectativa da vida são fatores que influenciaram esse aumento (ANUÁRIO ABHIPEC, 2010). Em 2010 o Brasil continua ocupando a terceira posição do mercado mundial de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos, movimentando US\$ 28,4 bilhões, com um crescimento de 3,2%, se relacionado ao ano de 2008 (ANUÁRIO ABHIPEC, 2010). Os Estados Unidos lideram o ranking mundial, com venda de US\$ 58,9 bilhões, mas obteve uma retração de 1,3%. O segundo lugar é ocupado pelo Japão, que atingiu os US\$ 39,9 bilhões e crescimento de 6,6%. China, Alemanha, França, Reino Unido,

Itália, Espanha e Rússia completam os dez maiores mercados mundiais, que somam US\$ 230,37 bilhões, num mercado de US\$ 350,3 bilhões no ano de 2009 (ANUÁRIO ABHIPEC, 2010).

Em 2009, o Brasil possuía 1.659 empresas no mercado de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos, concentradas na região sudeste do país (1.047), seguida pelas regiões sul (322), nordeste (139), centro-oeste (126) e norte (25) (ANUÁRIO ABHIPEC, 2010). Com relação a oportunidades de trabalho criadas pelo setor, houve crescimento de 222,5% entre os anos de 1994 a 2009, com aumento de 112,3% de novos empregos segundo o Anuário da ABHIPEC (2010). No total a geração de empregos diretos e indiretos foi estimada em mais de 3,6 milhões de postos de trabalho naquele período (ANUÁRIO ABHIPEC, 2010).

O Anuário publicado pela ABIHPEC, em 2011, indica que o setor faturou R\$ 29,4 bilhões, o que representa 1,7% do PIB brasileiro. Tal mercado é responsável por 4,66 milhões de oportunidades de trabalho, representando crescimento de 312,9% desde 1994, o que revela o seu crescimento expressivo. O documento destaca, ainda, que o desempenho do mercado brasileiro de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos vem mantendo curva ascendente nos últimos 16 anos, registrando crescimento médio de 10% em vendas líquidas (ANUÁRIO ABIHPEC, 2011).

Segundo Anuário ABHIPEC de 2012 O Brasil vem mantendo uma curva ascendente nos últimos 16 anos. A indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos registrou crescimento médio de 10% em vendas líquidas *Ex-Factory* (ANUÁRIO ABIHPEC, 2012). Tal fato é relacionado ao aumento do poder de consumo da classe C e D, que no período de 2009 a 2011, passou para cerca de 40 milhões de brasileiros e adicionou itens à sua cesta básica de produtos, o que modificou o perfil da economia brasileira (ANUÁRIO ABIHPEC, 2012). Em 2011, o faturamento *Ex-Factory*, líquido de imposto sobre vendas, foi de R\$ 29,4 bilhões, segundo o Anuário da ABIHPEC (2012). O investimento da indústria em inovação, tecnologia e mídia também colaborou para esse aumento (ANUÁRIO ABIHPEC, 2012).

O Anuário da ABIHPEC de 2014 afirma que a indústria brasileira de HPPC apresentou um crescimento médio deflacionado composto próximo a 10% ao ano nos últimos 18 anos, tendo passado de um faturamento *Ex-Factory* líquido de imposto sobre vendas, de R\$ 4,9 bilhões em 1996 para R\$ 38 bilhões em 2013. O setor apresentou, ao longo dos últimos anos, crescimento bem mais vigoroso que o restante da indústria, sendo 9,8% ao ano de crescimento médio no setor contra 3,0% ao ano do Produto Interno Bruto (PIB) total e 2,2% ao ano da indústria em geral (ANUÁRIO ABIHPEC). Em 2014 existiam, no Brasil, 2.518 empresas atuando nesse mercado, destas, 20 são de grande porte, com faturamento líquido de impostos

acima dos R\$ 100 milhões, representando 73,0% do faturamento total. Na região Sul, segundo o relatório de 2014, encontravam-se 185 empresas do setor (ANUÁRIO ABIHPEC, 2014).

Apesar da crise em 2014 a indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos alcançou um patamar positivo de faturamento de US\$ 101,7 bilhões, com crescimento de 11% no mercado mundial (ANUÁRIO ABIHPEC, 2014). O Brasil seguiu como o terceiro maior mercado consumidor, em primeiro lugar os EUA, em segundo lugar a China (que superou o Japão estabelecido em quarta posição do ano de 2014) (ANUÁRIO ABIHPEC, 2014).

O Anuário da ABIHPEC de 2015 relata que, pela primeira vez em 23 anos, o setor de HPPC sofreu retração de 5% de janeiro a junho de 2015. As causas seriam a instabilidade econômica e política, o aumento da cobrança de imposto de produtos industrializados (IPI) sobre os produtos cosméticos, a redução do poder aquisitivo do consumidor, o aumento da energia elétrica e a crise hídrica (ANUÁRIO ABIHPEC, 2015). O setor de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos expandiu seu faturamento *ex-factory*, de 4,9 bilhões em 1996 para R\$ 43,2 bilhões em 2014, número bastante próximo as expectativas feitas em 2011 sobre o setor se considerar a crise econômica (ANUÁRIO ABIHPEC, 2015).

Em 2015 o teve faturamento *ex-factory* de R\$ 42,6 bilhões, retraindo 9% pela primeira vez em 23 anos (ANUÁRIO ABIHPEC, 2016). O País perdeu sua colocação no *ranking* mundial de consumidores passando para a quarta colocação, atrás de EUA, China e Japão (ANUÁRIO ABIHPEC, 2016). Ressalta-se que o setor de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos é responsável por mais de 5,7 milhões de oportunidades de trabalho e gera R\$ 36 bilhões em remuneração (ANUÁRIO ABIHPEC, 2016). Enquanto o desemprego foi de 12% no ano de 2014, no Brasil, o setor de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos registrou apenas 4% no mesmo período (ANUÁRIO ABIHPEC, 2016).

Mesmo o Brasil imerso numa crise financeira, a sequência de dados publicados mostra um crescimento expressivo do setor que manteve seus índices de faturamento alto, de desemprego mais baixos, e de perspectivas futuras alto. Dessa forma o contexto econômico e empresarial verificado através das divulgações feitas pela ABIHPEC é favorável ao setor de embelezamento e corrobora a importância deste estudo.

4.1.3 Índícios advindos do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

Os indícios apresentados a seguir, foram analisados a partir da planilha eletrônica Microsoft Office Excel 2010¹¹. Foi selecionado o Instituto que contém informações consideradas relevantes no Brasil - IBGE - por meio dos dados relacionados à Pesquisa Mensal de Comércio (PMC) feita e divulgada por este Instituto. Dessa forma, a amostra é formada por dados mensais da PMC realizada pelo IBGE, no período de 2010 a 2016. Pois se trata de um período em que estes dados se encontram formatados e aptos para serem utilizados e analisados.

Na amostra retirada dos relatórios de PMC, do IBGE, foi estudado o intervalo referido, com observações mensais e média anual de quatro tabelas do relatório PMC para os seguintes setores: artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos. A PMC produz indicadores que permitem acompanhar o comportamento conjuntural do comércio varejista nacional, investigando a receita bruta de revenda nas empresas formalmente constituídas, com 20 ou mais pessoas ocupadas, e cuja atividade principal seja o comércio varejista. A PMC foi iniciada em janeiro de 1995, apenas na região metropolitana do Rio de Janeiro, produzindo indicadores de faturamento real e nominal, pessoal ocupado, salários e outras remunerações. No ano 2000, a pesquisa foi ampliada para todo território nacional. E, apenas em 2010, os indicadores foram uniformizados. Por conta disso, os dados referem-se aos anos de 2010-2016. Além disso, todos os dados puderam ser baixados diretamente do sítio de internet do IBGE.

Para a análise de dados do IBGE, foram compiladas tabelas retiradas do relatório PMC, com dados percentuais referentes, variação mensal de volume de vendas no comércio varejista ampliado por unidade de federação e variação mensal de receita nominal de vendas no comércio varejista ampliado por unidade de federação. Nessas tabelas, os estados avaliados para a pesquisa foram Ceará, Pernambuco, Bahia, Minas Gerais, Espírito Santo, Rio de Janeiro, São Paulo, Paraná, Santa Catarina, Rio Grande do Sul, Goiás e Distrito Federal, além dos dados relativos a todo o Brasil. Efetuou-se também uma análise descritiva dos dados com estatísticas e gráficos de linhas. Os resultados encontrados serão mostrados a seguir.

A tabela a seguir contém estatísticas descritivas para os dados de variação de volume de vendas no comércio varejista ampliado, por atividade e Unidade da Federação, em valores

¹¹ Este trabalho foi efetuado com auxílio de um profissional estatístico, que revisou os dados e os resultados.

percentuais (de janeiro de 2010 a dezembro de 2016). Os dados são do relatório PMC, do IBGE, referentes à atividade mensal de “artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos”. Foram calculados os números de observações (N), valores mínimo e máximo, média, desvio padrão e coeficiente de variação (CV, %).

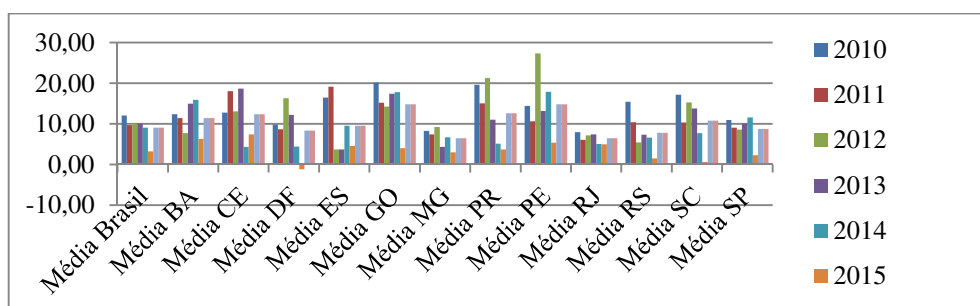
Tabela 3 – Estatísticas descritivas (de janeiro de 2010 a dezembro de 2016).

Estado	N	Mínimo	Máximo	Média	Desvio Padrão	CV, %
Brasil	84	-6,1	15,5	7,5	5,390	72,1
BA	84	-11,5	36,0	9,1	8,570	94,2
CE	84	-11,5	38,0	10,4	9,400	90,6
DF	84	-14,0	51,8	6,0	11,400	189,4
ES	84	-4,6	30,2	8,8	7,440	84,7
GO	84	-4,5	39,1	12,8	9,130	71,3
MG	84	-8,1	15,3	5,4	4,790	88,4
PR	84	-4,2	31,2	10,8	8,850	82,3
PE	84	-15,8	40,6	12,5	11,820	94,6
RJ	84	-4,7	15,0	5,7	4,320	75,9
RS	84	-4,5	24,0	6,8	5,940	87,1
SC	84	-6,7	33,7	8,8	9,020	102,4
SP	84	-15,1	19,6	5,7	8,070	140,8

Fonte: elaborado pela autora.

Na Tabela 3, para a variação do volume de vendas do comércio varejista ampliado para a atividade “artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos”, por exemplo, para a variável Brasil, houveram 84 observações (meses de janeiro de 2010 a dezembro de 2016). O valor mínimo observado de variação do volume de vendas do setor foi igual a 3,6; o máximo foi de 15,5; a média ficou em 7,5; o desvio padrão foi de 5,39 (variação dos dados em torno da média baixa); e o coeficiente de variação marcou aproximadamente 72,1% (percentual em que o desvio padrão é menor do que a média). Para as demais variáveis (estados) a interpretação das estatísticas descritivas é análoga. A seguir, será mostrado o gráfico com a média anual entre os anos de 2010 e 2016, relativa ao Brasil e aos estados avaliados.

Figura 14 – Variação do volume de vendas do comércio varejista ampliado para a atividade artigos “farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos”, entre os anos 2010 a 2016



Fonte: elaborada pela autora.

Na Figura 14, para a variação do volume de vendas do comércio varejista ampliado para a atividade “artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos”, vemos que a variação média (%) foi aumentando, ano a ano, entre 2010 e 2016, no Brasil e nos estados avaliados. Observa-se uma queda no volume de vendas no ano de 2015 e uma retomada significativa no ano de 2016, no Brasil e nos estados avaliados. Em 2010, a maior variação média foi no estado de Goiás, com 20,14%; a menor, no Rio de Janeiro, com 7,97%; Em 2011, a maior variação média foi no Espírito Santo, com 19,16%; a menor foi no Rio de Janeiro, com 6,08%. Em 2012, a maior variação se deu em Pernambuco, com 27,33%; a menor, no Espírito Santo, com 3,73%. Em 2013, a maior variação média foi no estado do Ceará, com 18,65%; a menor, no Espírito Santo, com 3,69%. Em 2014, a maior variação média foi no estado de Pernambuco, com 17,93%; a menor, no Ceará, com 4,38%. Em 2015, a maior variação média foi no estado de Ceará, com 7,45%; a menor foi no Distrito federal com -1,15%. Em 2016, a maior variação média foi no estado de Pernambuco com 14,81%; a menor no Rio de Janeiro, com 6,4%. Para a média geral, a maior variação média foi no estado de Goiás, com 14,8%; a menor ficou no Rio de Janeiro, com 6,4%.

A Tabela 4 contém estatísticas da variação de receita nominal de vendas no comércio varejista, ampliado por atividade e Unidade da Federação, em valores percentuais (de janeiro de 2010 a dezembro de 2016). São dados do relatório PMC, do IBGE, para a atividade mensal de “artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos”. Foram calculados os números de observações (N), os valores mínimo e máximo, a média, o desvio padrão e o coeficiente de variação (CV, %).

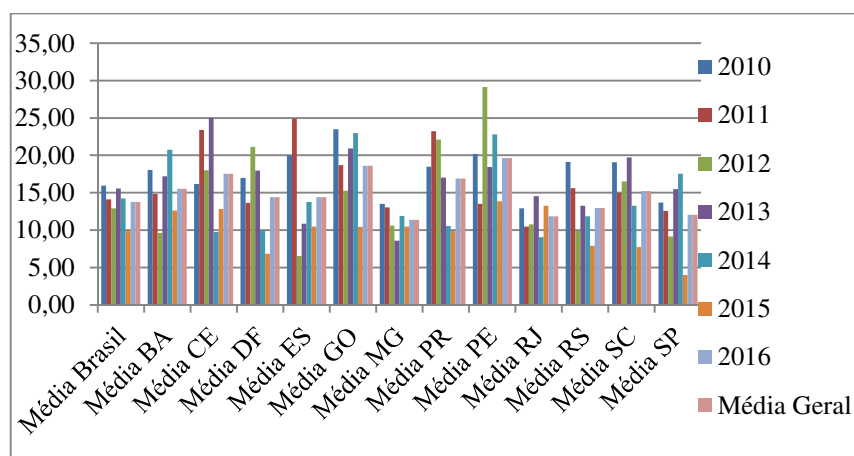
Tabela 4 – Estatísticas descritivas (janeiro de 2010 a dezembro de 2016)

Estado	N	Mínimo	Máximo	Média	Desvio Padrão	CV, %
Brasil	84	-6,1	21,3	11,5	6,5	56,4
BA	84	-11,5	38,9	12,6	9,6	76,7
CE	84	-11,5	43,6	14,8	10,8	72,5
DF	84	-16,0	59,8	11,2	11,9	106,4
ES	84	-4,5	34,2	13,0	8,0	61,4
GO	84	-3,7	42,0	16,1	9,6	59,4
MG	84	-8,1	21,0	9,6	5,8	60,4
PR	84	-3,2	35,2	14,4	9,1	63,0
PE	84	-7,9	43,9	16,6	12,2	73,0
RJ	84	-4,7	24,1	10,3	5,7	54,9
RS	84	-3,4	26,7	11,2	6,5	58,2
SC	84	-7,4	32,5	12,6	9,0	71,6
SP	84	-13,3	26,2	9,2	9,6	104,3

Fonte: elaborado pela autora.

Na Tabela 4, para a variação da receita nominal de vendas do comércio varejista ampliado para a atividade “artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosmético”, para a variável Brasil, vemos que houve 84 observações (meses de janeiro de 2010 a dezembro de 2016). O valor mínimo observado foi de -6,1; o máximo, de 21,3. A média ficou em 11,5, o desvio padrão em 6,5 (variação dos dados em torno da média baixa), o coeficiente de variação de aproximadamente 56,47% (percentual em que o desvio padrão é menor do que a média). Para as demais variáveis (estados) a interpretação das estatísticas descritivas é análoga. A seguir, é mostrado o gráfico de linhas com a média anual entre os anos de 2010 e 2016 para o Brasil e estados avaliados. Significa, dessa forma, que o crescimento ocorreu em todos os estados analisados, assim como no Brasil.

Figura 15 – Variação da receita nominal de vendas do comércio varejista ampliado para a atividade “artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos”



Fonte: elaborado pela autora.

Na Figura 15, para a variação da receita nominal de vendas do comércio varejista ampliado para a atividade “artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos”, vemos que a variação média, em valores percentuais, foi aumentando, ano a ano, de 2010 a 2014, no Brasil e nos estados avaliados. Em 2010, a maior variação média foi no estado de Goiás, com 23,48%; a menor, no Rio de Janeiro, com 12,89%. Em 2011, a maior variação foi no estado do Espírito Santo, com 24,91%, e a menor no Rio de Janeiro, com 10,46%. Em 2012, a maior variação média foi em Pernambuco, com 29,14%; a menor, no Espírito Santo, com 3,73%. Em 2013, a maior variação média se deu no Ceará, com 18,65%; a menor, no Espírito Santo, com 6,53%. Em 2014, a maior variação média foi no estado de Goiás, com 22,95%; a menor, no Rio de Janeiro, com 9,06%. Em 2015, a maior variação média foi do estado de Pernambuco, com 13,84%; a menor em São Paulo, com 4%. Em 2016, a maior variação foi do estado de Pernambuco, com 19,85%; a menor 11,35% em Minas Gerais. Para a média geral, a maior variação média foi no estado de Pernambuco, com 19,65%, e a menor, em Minas Gerais, com 11,35%.

O levantamento de dados feito pelo IBGE é importante para ressaltar a importância do setor que possui crescimento estável, ano a ano, de 2010 a 2016. E, mesmo observando um crescimento menor no ano de 2015, em meio à crise econômica, voltou a crescer substancialmente no ano de 2016. Além disso, os dados evidenciam o alto grau de utilização de produtos relacionados à beleza no Brasil. Tal fato dá indícios de que os gastos com beleza não são diminuídos na mesma proporção dos demais gastos.

4.1.4 Indícios advindos da Junta Comercial do Estado do Rio Grande do Sul

Os indícios apresentados a seguir, referem-se a dados solicitados e recebidos da JUCERGS. Esta amostra foi formada pelas novas empresas relacionadas ao setor de beleza, cadastradas ano a ano na JUCERGS, no período de 1994 a 2016. Neste caso, o intervalo de tempo se refere ao período que a Instituição possui dados catalogados. Tais dados foram analisados a partir da planilha eletrônica do Microsoft Office Excel 2010.

Para efetuar o levantamento feito na JUCERGS, foi enviado um ofício ao presidente do Órgão. Para isso, foi necessário esclarecer itens do Cadastro Nacional de Empresas (CNAES), relativos à sequência de números ordenados que coloca determinada empresa associada a um serviço específico dentro de um registro nacional. Para selecionar os CNAES deste estudo, foi efetuada uma pesquisa no sítio do CNAE-web, onde a palavra-chave utilizada foi “beleza”. A partir dessa pesquisa, foram selecionados os CNAES registrados na Tabela 5.

Tabela 5 – CNAE das atividades relacionadas para pesquisa.

CNAE	DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES RELACIONADAS
9602-5	CABELEIREIROS
4646-0	COMÉRCIO ATACADISTA DE PRODUTOS DE HIGIENE PESSOAL
4646-0	COMÉRCIO ATACADISTA DE COSMÉTICOS E PRODUTOS DE PERFUMARIA
9602-5	ATIVIDADES DE ESTÉTICA E OUTROS SERVIÇOS DE CUIDADOS COM A BELEZA
2063-1	FABRICAÇÃO DE COSMÉTICOS, PRODUTOS DE PERFUMARIA E DE HIGIENE PESSOAL
4772-5	COMÉRCIO VAREJISTA DE COSMÉTICOS, PRODUTOS DE PERFUMARIA E DE HIGIENE PESSOAL

Fonte: elaborada pela autora.

Com relação ao levantamento feito na JUCERGS, a tabela a seguir mostra o total anual de empresas constituídas do setor de beleza, entre os anos de 1994 a 2014. Em seguida, um gráfico de barras mostra o crescimento do setor. A descrição das empresas está agrupada por ano segundo os CNAES destacados na Tabela 5 anterior. A Tabela 6 a seguir, registra o número total (somatório de todas as atividades registradas segundo os CNAES) ano a ano desde 1994 até 2016.

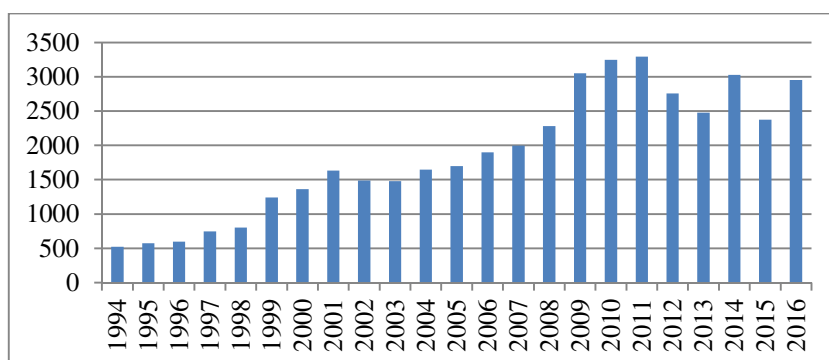
Tabela 6 – Número de novas empresas do setor de beleza registradas na JUCERGS (entre 1994 e 2016)

Ano	Número de empresas abertas
1994	523
1995	575
1996	596
1997	745
1998	801
1999	1241
2000	1361
2001	1634
2002	1488
2003	1479
2004	1647
2005	1700
2006	1901
2007	1996
2008	2280
2009	3049
2010	3248
2011	3295
2012	2759
2013	2479
2014	3026
2015	2376
2016	2954
Total	41.980

Fonte: elaborada pela autora.

A partir da Tabela 6, verifica-se um total, desde o ano de 1994 até o ano de 2016, de 41.980 novas empresas abertas no estado do Rio Grande do Sul e relacionadas aos setores de beleza, de acordo com as categorias expostas anteriormente. Verifica-se ainda, que o ano com o menor número de empresas constituídas, foi o de 1994, com 523 no total. E, o ano de 2011 possui o maior número de empresas abertas, no total de 3295. Por fim, verifica-se uma crescente evolução com relação ao aumento do número de empresas, que pode ser melhor visualizado no gráfico a seguir:

Figura 16 - Evolução do total de empresas do setor de beleza constituídas no Rio Grande do Sul.



Fonte: elaborada pela autora.

O gráfico aponta que o setor vem crescendo nos últimos 20 anos. E, embora se verifique uma pequena queda no número de novas empresas entre os anos de 2012 a 2014, os totais são bastante expressivos. O pico de crescimento ocorre entre os anos de 2009 a 2013. Tendo o ano de 2011 como aquele em que ocorre o maior aumento no número total de novas empresas cadastradas pela JUCERGS. Além disso, verifica-se um pico no ano de 2016 que aponta para um aquecimento do setor frente à crise pela qual o País se encontra. Resta evidente que no estado do Rio Grande do Sul o setor de beleza tem sido fortemente ampliado, considerando o grande número de empresas criadas no setor. Para complementar a análise os dados foram separados de acordo com os CNAES, na tentativa de evidenciar como o avanço se deu em cada setor estudado. Com relação ao primeiro segmento estudado 9602-5 – cabeleireiros, foram encontradas 5.603 empresas abertas, no total, entre os anos de 1994 a 2016, de acordo com os resultados expressos na Tabela 7 a seguir:

Tabela 7 – Número de empresas abertas CNAE 9602-5 – Cabeleireiros.

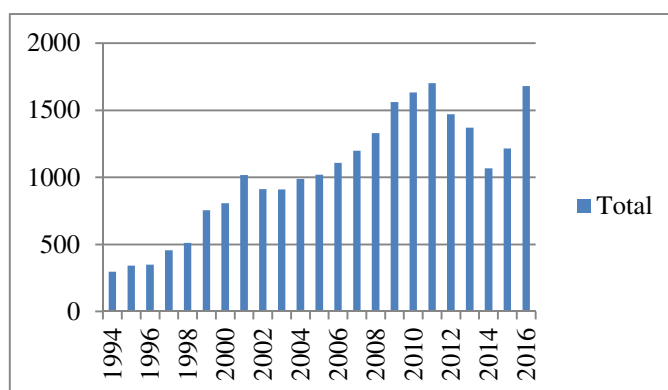
Ano	Total de Empresas abertas
1994	51
1995	47
1996	54
1997	69
1998	56
1999	111
2000	131

(continuação)

2001	154
2002	151
2003	149
2004	179
2005	180
2006	232
2007	230
2008	291
2009	579
2010	641
2011	555
2012	400
2013	315
2014	205
2015	425
2016	398
	5.603

Fonte: elaborada pela autora.

Verifica-se, portanto, que no segmento de cabeleireiros do período analisado, o maior número de empresas que iniciaram suas atividades ocorreu no ano de 2010, com um total de 641 naquele ano. O ano com menor número de abertura de empresas fora o de 1995, com apenas 47 novas empresas cadastradas. Para visualizar a evolução, tem-se a seguir a Figura 4. Tal figura mostra que o pico de abertura de empresas está localizado entre os anos de 2009 a 2012. Além disso, verifica-se uma leve queda entre os anos de 2010 a 2014, embora ressalte-se que se tratam de números bastante expressivos. Desta forma, fica evidente que, a partir de 2009 o número de cabeleireiros registrados na JUCERGS fora bastante elevado, se considerar sua evolução nos anos anteriores.

Figura 17 – Evolução no número de empresas abertas CNAE 9602-5 – Cabeleireiros

Fonte: elaborada pela autora.

Com relação ao segundo segmento estudado 4646-0 - Comércio atacadista de produtos de higiene pessoal, foram encontradas 1.934 empresas que iniciaram suas atividades no total, entre os anos de 1994 a 2016, de acordo com os resultados expressos na tabela 8 a seguir:

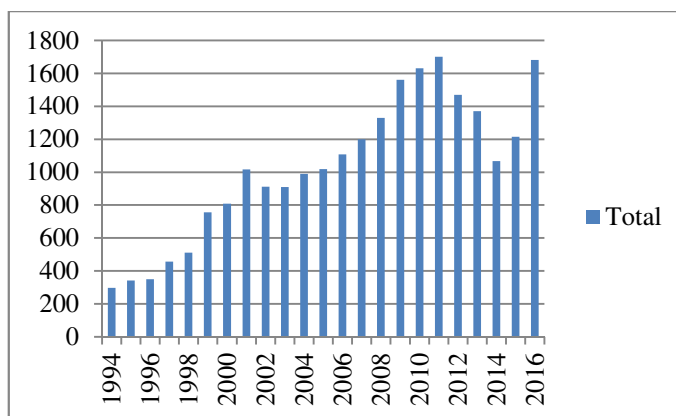
Tabela 8 – Número de empresas abertas CNAE 4646-0 – Comércio atacadista de produtos de higiene pessoal

Ano	Total de Empresas Abertas
1994	34
1995	36
1996	35
1997	38
1998	43
1999	63
2000	93
2001	90
2002	86
2003	93
2004	84
2005	79
2006	95
2007	105
2008	94
2009	116
2010	103
2011	119
2012	104
2013	97
2014	93
2015	116
2016	118
Total	1934

Fonte: elaborada pela autora.

Pode-se observar que o setor de comércio atacadista de produtos de higiene pessoal obteve o maior número de empresas abertas no ano de 2011, com um total de 119 naquele ano. E, o ano com menor número de abertura de empresas foi o de 1994, com 34 novas empresas abertas. Para visualizar a evolução, tem-se a seguir a Figura 5. A referida Figura mostra uma evolução mais constante no número de novas empresas abertas, com picos nos anos de 2009 e 2011. Além disso, verifica-se uma leve queda entre os anos de 2011 a 2014 e um aumento nos anos de 2015 e 2016. Ressalta-se que este setor vem mostrando crescimento desde os anos 2000, diferente do setor de cabeleireiros em que o crescimento ocorre mais tarde.

Figura 18 – Evolução no número de empresas abertas CNAE 4646-0 - Comércio atacadista de produtos de higiene pessoal



Fonte: elaborada pela autora.

Com relação ao terceiro segmento estudado 4646-0 - Comércio atacadista de cosméticos e produtos de perfumaria, foram encontradas 3.864 empresas abertas entre os anos de 1994 a 2016, de acordo com os resultados expressos na Tabela a seguir:

Tabela 9 – Número de empresas abertas CNAE 4646-0 – Comércio atacadista de cosméticos e produtos de perfumaria

Ano	Total
1994	78
1995	78
1996	83
1997	89
1998	96

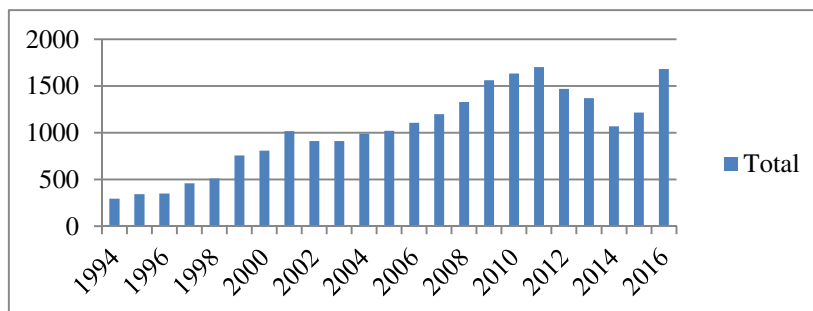
(continuação)

1999	133
2000	147
2001	169
2002	157
2003	135
2004	160
2005	166
2006	194
2007	188
2008	204
2009	228
2010	234
2011	256
2012	218
2013	22
2014	162
2015	222
2016	245
Total	3864

Fonte: elaborada pela autora.

Assim, o setor de comércio atacadista de cosméticos e produtos de perfumaria analisado teve mais empresas que iniciaram atividades no ano de 2011, com um total de 256 naquele ano. Verifica-se, também, que os anos com menor número de abertura de empresas foram os de 1994 e 1995, com 78 novas empresas abertas. Para visualizar a evolução, observa-se a seguir, a figura 19, que mostra uma evolução constante, principalmente entre os anos de 2007 a 2011. Além disso, verifica-se uma leve queda entre os anos de 2012 a 2014. Os anos de 2015 e 2016 apontam novo crescimento.

Figura 19– Evolução no número de empresas abertas CNAE 4646-0 - Comércio atacadista de cosméticos e produtos de perfumaria.



Fonte: elaborada pela autora.

Com relação ao quarto segmento estudado 9602-5 – Atividades de estética e outros serviços de cuidados com a beleza, foram encontradas 6.015 empresas abertas no total entre os anos de 1994 a 2016, de acordo com os resultados expressos na Tabela 10 a seguir:

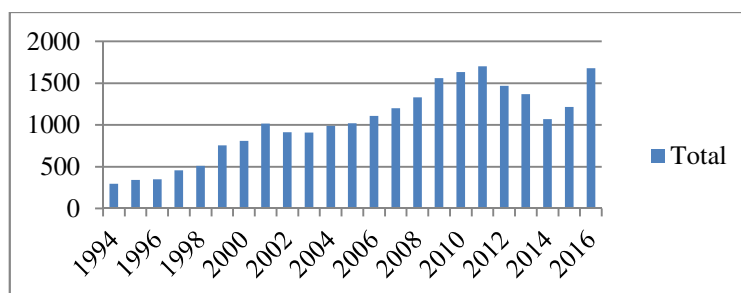
Tabela 10 – Número de empresas abertas CNAE 9602-5 – Atividades de estética e outros serviços de cuidados com a beleza

Ano	Total
1994	46
1995	48
1996	47
1997	64
1998	65
1999	138
2000	133
2001	161
2002	136
2003	151
2004	191
2005	206
2006	231
2007	233
2008	327
2009	519
2010	594
2011	626
2012	530
2013	433
2014	306
2015	360
2016	470
Total	6.015

Fonte: elaborada pela autora.

No setor de atividades de estética e outros serviços de cuidados com a beleza analisado, o maior número de empresas abertas ocorreu no ano de 2011, com um total de 626 naquele ano. Verifica-se, também, que o ano com menor número de abertura de empresas fora o de 1994, com 46 novas empresas abertas. Para melhor visualizar a evolução do setor tem-se a seguir a Figura 20. A referida Figura mostra um pico entre os anos de 2009 e 2013. Além disso, percebe-se uma leve queda entre os anos de 2011 a 2014. Por fim, os anos de 2015 e 2016 mostram crescimento significativo do setor. Assim como o setor de cabeleireiros, este obteve seu maior crescimento a partir dos anos de 2008.

Figura 20 – Evolução no número de empresas abertas CNAE 9602-5 – Atividades de estética e outros serviços de cuidados com a beleza



Fonte: elaborada pela autora.

Com relação ao quinto segmento estudado 2063-1 – Fabricação de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal, foram encontradas 867 empresas abertas, no total, entre os anos de 1994 a 2016, de acordo com os resultados expressos na Tabela 11 a seguir:

Tabela 11– Número de empresas abertas CNAE 2063-1 – Fabricação de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal

Ano	Total
1994	18
1995	24
1996	27
1997	28
1998	31
1999	41
2000	49
2001	43
2002	47

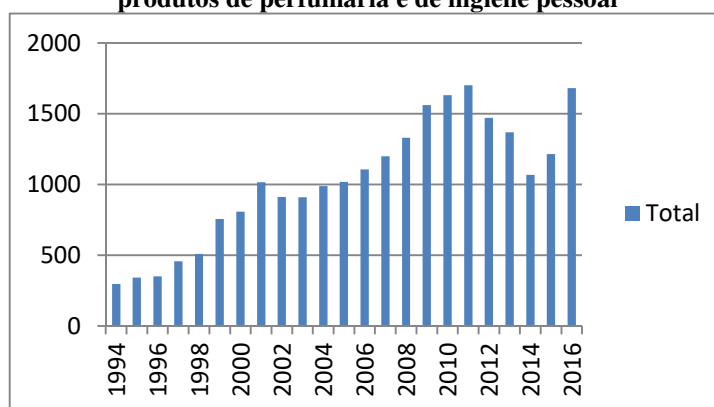
(continuação)

2003	42
2004	44
2005	50
2006	42
2007	41
2008	34
2009	45
2010	44
2011	38
2012	37
2013	42
2014	19
2015	39
2016	42
Total	867

Fonte: elaborada pela autora.

Verifica-se que, no setor de fabricação de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal analisado, que diferente das análises anteriores, o crescimento se deu de forma menos intensiva. O maior número de empresas abertas ocorreu no ano de 2005, com um total de 50 naquele ano. O ano com menor número de abertura de empresas foi o de 1994, com 18 novas empresas abertas. Para visualizar a evolução, tem-se a seguir a Figura 21. A figura mostra que, embora tenha havido ampliação do número de empresas, tal evolução segue constante ao longo dos anos. Os picos ocorrem nos anos de 2000 e 2005. Verifica-se queda entre os anos de 2013 a 2014 seguida por uma retomada de crescimento nos anos de 2015 e 2016.

Figura 21 – Evolução no número de empresas abertas CNAE 2063-1 – Fabricação de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal



Fonte: elaborada pela autora.

Com relação ao sexto e último segmento estudado CNAE 4772-5 – Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal, foram encontradas 23.697 empresas abertas, no total, entre os anos de 1994 a 2016, de acordo com os resultados expressos na Tabela 12 a seguir:

Tabela 12 – Número de empresas abertas 4772-5 – Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal.

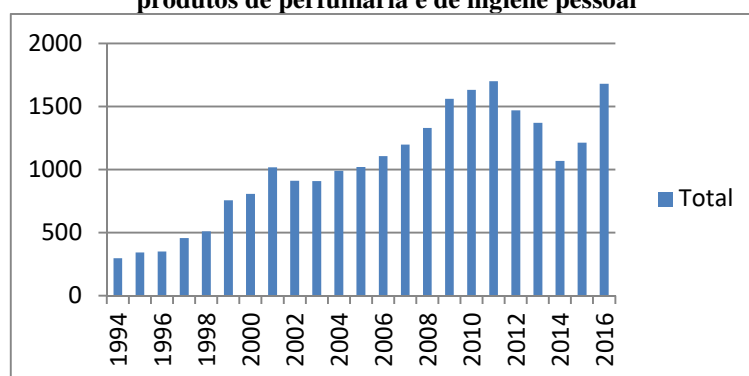
Ano	Total
1994	296
1995	342
1996	350
1997	457
1998	510
1999	755
2000	808
2001	1017
2002	911
2003	909
2004	989
2005	1019
2006	1107
2007	1199
2008	1330
2009	1562
2010	1632
2011	1701
2012	1470
2013	1370
2014	1068
2015	1214
2016	1681
Total	23.697

Fonte: elaborada pela autora.

Verifica-se no setor de comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal, primeiramente, que este se destaca por ser o setor em que se concentram o maior número de empresas abertas, num total de 20.802. Dito isso, o maior número de empresas abertas ocorreu no ano de 2011, com um total de 1701 naquele ano. Verifica-se, também, que o ano com menor número de abertura de empresas fora o de 1994, com 296 novas empresas abertas. Para visualizar a evolução, tem-se a seguir a Figura 22, que mostra uma evolução

constante e crescente no número de novas empresas abertas, até o pico, que ocorre no ano de 2011. Verifica-se uma leve queda entre os anos de 2011 a 2014, mas registra-se que os números de novas empresas abertas em 2015 e 2016 foram expressivos.

Figura 22 – Evolução no número de empresas abertas CNAE 4772-5 – Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal



Fonte: elaborada pela autora.

Desta forma, pode-se concluir que tanto os dados do IBGE (relacionados ao comércio de produtos de beleza no Brasil), quanto os obtidos na JUCERGS (relativos ao número de empresas ingressantes no setor) que são números bastante expressivos. Isto remete à utilização destes serviços pela sociedade de forma cada vez mais ampliada, tanto no quadro geral - Brasil, quanto de forma específica no Rio Grande do Sul, que compõe, no caso deste, o local de estudo.

Deve ser ressaltado ainda, que tais dados não contemplam a oferta de serviços de manicure, maquiagem, massagens, etc., feitos em casa por profissionais informais. Além disso, existem ainda as vendedoras de cosméticos, tais como Natura, Jequití, Avon, etc., que tratam de iniciativas não registradas, porém se mostram em expansão se verificarmos, por exemplo, através de mecanismos atuais de ofertas destes serviços, tais como Facebook, a inúmera quantidade de profissionais que se apresentam para tais trabalhos.

4.2 TEMPLOS DO EMBELEZAMENTO COMO COROLÁRIO DA BUSCA PELA BELEZA FÍSICA

Este subcapítulo parte das observações efetuadas e registradas durante visitas feitas às clínicas dos cirurgiões plásticos entrevistados. Tais observações foram anotadas em um diário de campo e serviram para a análise dos resultados. As observações também resultam em uma

descrição acerca dos templos de embelezamento no que tange a seus aspectos funcionais e registros sensoriais. Após a descrição, é feita uma análise acerca da decoração clássica, que reflete a beleza das formas, e dos espelhos – estes enquanto artifício para fazer olhar para si –, a fim de apresentar e analisar as principais características das clínicas de cirurgias plásticas utilizadas pelas trabalhadoras que efetuaram cirurgia plástica estética. Esse caminho fez-se necessário para evidenciar como os aqui denominados templos de embelezamento utilizados pelas trabalhadoras entrevistadas apresentam-se de forma a influenciá-las a buscar determinado padrão de embelezamento físico. Cabe salientar que o uso do termo observador/trabalhador é utilizado, na seção subsequente, para falar daquele que se posiciona de frente para os espelhos dispostos nas clínicas visitadas.

4.2.1 Templos de embelezamento

De forma a ilustrar as observações feitas a partir das visitas aos seis médicos cirurgiões plásticos, segue uma descrição baseada nos registros sensoriais relacionados às clínicas visitadas. São descritos os locais visitados, um a um, na ordem das entrevistas feitas com os cirurgiões plásticos. Ressalta-se que, em todas as clínicas observadas, chamou atenção a sofisticação que compunha os ambientes como uma mostra de beleza.

A primeira observação foi feita na clínica do cirurgião plástico Akhenaton. Com relação ao ambiente da clínica, a decoração foi composta por sofás e luminárias em estilo clássico. A limpeza, o perfume e a organização eram marcantes – um aroma de flores por toda a clínica, e várias folhagens espalhadas pela sala de espera dos pacientes pareciam exalar um suave perfume. Algumas esculturas que remetem a figuras da antiguidade, tais como Afrodite e Vênus, ornavam as mesas auxiliares por toda a clínica. Destaca-se que tais esculturas, embora remetam a estas figuras, eram visivelmente mais magras. A música clássica tocava em todos os ambientes; foram identificados Antonio Vivaldi e Giuseppe Verdi, entre outros compositores, durante a observação. A sala de espera não possuía TV, apenas algumas revistas populares de grande circulação. Muitos espelhos enfeitavam a recepção e, também, a sala de atendimento aos pacientes, onde se deu a entrevista. A sala era composta por uma mesa com papéis, computador, telefone e pequenos objetos de decoração dispostos de forma bastante organizada; um grande tapete cobria a maior parte do chão desta sala, e quadros de paisagens e de belas mulheres estavam nas paredes; pequenas esculturas cobriam um aparador que continha gavetas

e algumas prateleiras, onde se via alguns livros; e um grande espelho tomava a parede ao lado das poltronas reservadas aos pacientes. A equipe deste cirurgião era formada por duas mulheres, sendo uma enfermeira, que também auxiliava nas cirurgias, e outra secretária, que atendia aos pacientes. As duas eram mulheres jovens, bonitas, vestiam roupas sociais, como terninho e saia, e se apresentavam com cabelos alinhados, maquiagem e salto alto. Tais roupas usadas pelas secretárias, na ocasião, eram uniformes.

A segunda observação foi feita na clínica da cirurgiã plástica Maritanon – um local bastante feminino, com a decoração em tons de rosa e branco e apresentando flores, móveis e ornamentos delicados. Esta clínica chamou a atenção por ser a única sem espelhos visíveis aos pacientes na sala de espera; tais peças estavam concentradas apenas na sala de pequenos procedimentos e na sala de curativos. Nas paredes expunha-se quadros de pessoas felizes, rindo, de diversas faixas etárias. Na sala de espera, inúmeras revistas populares de grande circulação e alguns livros estavam disponíveis aos pacientes. Tocavam clássicos do rock, como Bee Gees, Beatles, Elvis Presley e Chuck Berry. A entrevista ocorreu na sala de atendimento da cirurgiã plástica. Na sala de atendimento aos pacientes, via-se uma mesa branca, poltronas rosas para paciente e acompanhante e branca para a cirurgiã; não havia tapetes e o chão era limpo e brilhante; sobre a mesa, apenas um computador, um porta-lápis e um porta-retratos; os quadros da parede faziam parte do mesmo conjunto de quadros da sala de espera, com os mesmos rostos; no fundo da sala havia uma poltrona, uma luz direcionada e um grande espelho com molduras em tons de rosa. As secretárias eram duas mulheres jovens, magras, cabelos alinhados, rostos maquiados e sapatos de salto alto.

A terceira observação foi feita à clínica de Ramsés. A música clássica permeava o ambiente – Johann Bach, Giuseppe Verdi e Jean-Baptiste Lully –, como uma mostra de beleza para os sentidos. Tudo estava limpo, organizado e com cheiro de lavanda. Em uma das salas de espera, havia um grande lustre de cristal, que descia a partir do segundo andar e contornava uma grande escada em formato caracol, de granito, e uma poltrona estilo Luís XV, em vermelho e dourado. Um grande espelho atrás do local onde as secretárias sentavam-se evidenciava o requinte da decoração. A segunda sala de espera era composta por algumas cadeiras douradas, uma mesa que continha água, café e frutas (não há guloseimas, apenas alguns biscoitos sem glúten, sem açúcar e sem leite e algumas frutas frescas), um lustre de cristal e um grande espelho que cobria toda uma parede; neste enxergava-se o corpo inteiro de quem estava sentado, aguardando sua consulta. Na sala de atendimento do médico, a mobília compunha o estilo clássico, e muitos espelhos podiam ser vistos em toda sala, assim como bustos de formas

clássicas, como da deusa Vênus romana. Eram evidenciados quadros pintados pelo próprio médico de rostos, corpos, narizes, todos belos – como estes eram assinados, a identificação foi facilitada. Algumas esculturas pequenas pareciam imitar obras clássicas, mas modificadas de forma a parecerem mais magras, com seios mais volumosos e o nariz perfeito. Em um dos quadros, La Gioconda (Monalisa), de Pablo Picasso, aparecia, de um lado, em seu original e, de outro, com retoques visíveis no nariz, seios, bochechas e olhos. A parede atrás da mesa do médico estava coberta por um grande espelho (para o qual o cirurgião fica de costas, mas quem senta para consulta encara o médico e o espelho o tempo todo). As poltronas eram grandes e, ao fundo, havia sofás para quem acompanhasse os pacientes. Cortinas de tecidos pesados e tapetes no chão e em uma das paredes compunham o restante da decoração. Havia, também, uma grande tela ao lado do espelho, conectada aos computadores, onde o paciente podia visualizar as imagens fabricadas da futura operação a partir de programas de simulação. A recepção era feita por três mulheres jovens, magras, bem arrumadas e maquiadas. Tais secretárias vestiam uniformes personalizados que evidenciam os seios através de decotes generosos.

A quarta observação foi feita na clínica de Rudenon. Em toda clínica sentia-se o cheiro de madeira. Na sala de espera dos pacientes, os móveis em estilo rústico exalavam esse aroma. Havia naquela sala café, água e sucos servidos aos pacientes pelas secretárias. Todas as salas possuíam o mesmo estilo rústico e eram decoradas com quadros e estátuas feitas pelo próprio médico cirurgião plástico, inclusive uma cópia da tabula antropométrica de simetria dos corpos – Figura 2 deste estudo. Na sala de atendimento ao paciente, havia um conjunto de sofás, uma mesa e alguns pufes de madeira cobertos com peles de animais; um segundo ambiente, separado por um biombo de madeira, possuía uma mesa e duas poltronas, além de um grande espelho; um terceiro ambiente continha uma pequena mesa com objetos dourados e brancos, peles de vários animais e tapetes medievais, duas poltronas e um sofá. Trabalhavam ali quatro secretárias, todas magras, bem vestidas, maquiadas e que não usavam uniformes.

A quinta observação foi feita na clínica de Seti. Na entrada da clínica, havia uma sala de espera para os pacientes e um banheiro; um pequeno corredor levava à sala de atendimento ao paciente pelo médico cirurgião plástico, à sala de curativos e a uma pequena cozinha. Observou-se a utilização de diversos espelhos como decoração na sala de espera dos pacientes e nas salas de atendimento. Tais espelhos eram perfeitamente posicionados de forma que o paciente visse seu corpo inteiro enquanto aguardava atendimento, enquanto consultava, enquanto usava o banheiro e, inclusive, quando fosse embora (logo na porta de entrada há um

grande espelho). Alguns vasos brancos, flores e folhagens enfeitavam e perfumavam a clínica. Revistas populares de grande circulação, jornais locais e uma televisão compunham, também, a sala de espera. A sala de atendimento ao paciente possuía uma grande mesa central, duas poltronas confortáveis para os pacientes, uma grande poltrona para uso do cirurgião plástico, um revisteiro e uma estante de livros ao fundo da sala. A mesa localizada nesta sala tinha objetos como máquinas fotográficas, canetas, carimbos e papéis dispostos de forma desorganizada. A secretária da clínica era bastante jovem, magra, com cabelos alinhados e maquiagem e usava salto alto e camisa, na qual se lia o nome da clínica.

A última observação foi realizada na clínica de Amenófis. Na sala de espera para os pacientes, havia algumas revistas populares de grande circulação próximas a um grande sofá e algumas poltronas. Não havia televisão e a música clássica compunha o som deste ambiente, com compositores como Antonio Vivaldi, Ludwig van Beethoven e Frédéric Chopin. O ambiente também era composto por quadros, pinturas e esculturas de mulheres nuas, ao estilo grego, mas visivelmente mais magras. Uma das paredes era coberta por um grande espelho, no qual todos ali sentados se viam refletidos. Um perfume de baunilha tomava toda a clínica. A sala de atendimento ao paciente possuía uma grande mesa com máquinas fotográficas, computadores e muitos papéis espalhados e, ao fundo, um grande espelho (o paciente, sentado de frente para o médico, está sempre se vendo refletido); possuía, também, uma mesa e cadeiras em madeira e estilo clássico para os acompanhantes; pendurados na parede estavam diversos diplomas, certificados, menções honrosas e demais homenagens recebidas pelo cirurgião plástico. Por uma porta aberta, era possível avistar a sala para pequenos procedimentos. Além disso, alguns quadros que imitavam pinturas clássicas de Leonardo Da Vinci podiam ser observados neste ambiente. A recepcionista era uma mulher jovem, magra, alta, bonita, com cabelos alinhados, salto alto e jaleco (avental utilizado por médicos em hospitais) para atendimento ao público.

A partir das observações e das descrições feitas acerca dos templos de embelezamento visitados, foi possível analisar a decoração clássica, que refletia a beleza das formas, e o espelho como artifício para fazer olhar para si. Seguem no próximo subcapítulo tais análises.

4.2.2 Decoração clássica a refletir a beleza das formas

"A beleza eu não sei definir, mas, sempre que a vejo, sei percebê-la" é uma frase célebre do renomado cirurgião plástico Ivo Pitanguy. Tal frase foi repetida por um dos cirurgiões plásticos entrevistados e seria suficiente para explicar a beleza da decoração das clínicas visitadas.

Quando se entra nas clínicas, são estes os pensamentos evocados: "que lindo!" "olha essas flores!" "que cheiro bom!" "quanta gente bonita!" "que música espetacular!" "que quadros lindos!" "que fotos espetaculares!". Tudo se encontra de forma meticulosamente colocada para fazer o visitante se questionar, "eu não poderia me vestir melhor?" "eu não poderia perder peso?" "fazer mais exercícios?" "Eu posso ser melhor!". E ser melhor, neste caso, significa ser mais bonito, se embelezar mais. É como se o imperativo descrito por Mansano (2009, p. 75), "Cuide-se!", ganhasse vida e forma na decoração daqueles ambientes. Tal imperativo, considerado um dispositivo de controle-estimulação que incide sobre os corpos, ajuda a perceber qual é o padrão de embelezamento buscado pelas trabalhadoras. O padrão de embelezamento físico refletido nos quadros, esculturas e fotografias presentes na decoração das clínicas remete a um corpo magro, jovem, flexível e proporcional em todas as suas partes.

As esculturas observadas remetem à beleza clássica das formas (ECO, 2010), e os ajustes feitos nas esculturas, as tornando mais magras que seus originais, passavam a ideia de que é possível modificar e melhorar o corpo. A metamorfose das estátuas e das esculturas presentes em tais templos é visível porque as Vênus e Deusas gregas foram devidamente lipoaspiradas, rinoplastificadas (cirurgia de nariz) e siliconadas. O corpo que uma vez foi mais cheio de curvas foi transformado para refletir um padrão atual de embelezamento físico existente. Tais modificações corporais, bastante comentadas por autores como Couto (2007), Novaes (2011) e Bauman (2011), são essenciais para a compreensão do padrão de embelezamento físico atual. Este padrão de embelezamento físico, ressaltado pelas estátuas e pelos quadros, como se verá adiante, faz parte do processo de tornar o corpo útil, produtivo e submisso, a serviço do trabalho (ALVES, 2008).

A responsabilidade pelo corpo e sua boa forma é toda do indivíduo, que é, também, cobrado a buscá-la. Para não tornar o corpo um objeto obsoleto, é necessário que ele seja constantemente renovado, substituído e reciclado (COUTO, 2007). Essa preocupação em manter-se com um corpo jovem e saudável é visível nas clínicas; nestes locais, manter-se jovem parece ser bem mais fácil, depende apenas do trabalhador, da sua vontade e de seu esforço. E a

consequência de manter-se jovem é a felicidade. Pelo menos é o que as fotografias presentes naquele espaço indicam. Se o trabalhador está magro e tem aparência jovem, estará feliz. A mensagem não está nas entrelinhas, subliminar, disfarçada. Não há preocupação nesse sentido. A mensagem está escancarada nas fotos, nos quadros, nos sorrisos das secretárias e, também, nas entrevistas e fotos das revistas populares de grande circulação disponibilizadas para a leitura.

Indo ao encontro dos estudos realizados por Hamermesh e Biddle (1994), Leist (2003), Hamermesh e Parker (2005), Morris (2007), Harper (2008) e Fletcher (2009), observou-se que as recepcionistas atendem aos padrões de embelezamento físico já notados por estes autores, ou seja, tem a aparência física correspondente à função que ocupam. Trata-se de mulheres magras, jovens, maquiadas, bem vestidas e de salto alto, mesmo trabalhando o dia inteiro de pé. Mesmo no caso daquelas que usavam uniformes, estes evidenciavam os atributos físicos das secretárias. Tomando os postulados de Novaes (2011), cabe analisar que não eram os uniformes que aprisionavam as recepcionistas, mas sim os próprios corpos. Por isso, nem todas as recepcionistas usam uniformes, pois o corpo está justo as medidas (NOVAES, 2011).

Faz parte da preocupação com o corpo a preocupação constante com o alimento que é ingerido. Os ensinamentos de Bauman (2011) acerca da busca pelos alimentos vilões da saúde também puderam ser observados nas visitas, pois nas clínicas são apresentados aos pacientes e acompanhantes água, café, frutas frescas, biscoitos sem glúten, sem açúcar e sem leite – confirmando a citada cruzada contra a gordura corporal nos dias de hoje e a preocupação latente da sociedade em medir, pesar e controlar o corpo, para que este não possua "sobras" (BAUMAN, 2009).

A tabela antropométrica, vista em uma das clínicas visitadas e que trata da simetria dos corpos, evidencia a importância das proporções para a cirurgia plástica estética (LIVIO, 2008; ECO, 2010). Não basta ter um corpo magro, este corpo magro deve ser proporcional ao restante, deve estar em harmonia com suas partes. Essa observação é evidenciada tanto no quadro encontrado na clínica de Rudenon quanto nas estátuas e fotografias presentes nas decorações dos demais cirurgiões plásticos, ressaltando a utilização da cirurgia plástica estética como forma de moldar os corpos tidos como imperfeitos e inadequados, na tentativa de adequá-los ao ideal da beleza física existente.

Ressalta-se o trabalho do cirurgião plástico, que, assim como o de um artesão, um artista, trabalha a partir do corpo na tentativa de o esculpir e modelar no sentido de torná-lo exuberante. A cirurgia plástica como arte que gera beleza é evidente ao se observar que os cirurgiões

plásticos assinam seus próprios quadros, fotografias e esculturas em suas clínicas. Cirurgia plástica é o reduto de artistas do corpo, aqueles responsáveis por moldar os corpos e torná-los perfeitos considerando um padrão de embelezamento físico. Evidencia-se a beleza dos corpos através de pequenas correções (vide o quadro onde se via uma fotografia da Mona Lisa original e, ao lado, uma linda Mona Lisa adaptada ao padrão de embelezamento físico atual) necessárias para o alcance de uma almejada perfeição.

A perfeição existe? O trabalho do cirurgião tem um ponto final? Não envelheceremos todos? E não continuaremos envelhecendo mesmo após as cirurgias plásticas rejuvenescedoras? Todos estes questionamentos, e outros, dão margem à continuidade deste trabalho e ainda avançam sobre a questão dos espelhos, que refletem, entre outras questões, o olhar para si e a constante cobrança de estar adequado a determinado padrão de embelezamento físico.

4.2.3 Espelho como artifício para fazer olhar para si

Os espelhos encontraram-se dispostos por todos os templos de embelezamento visitados. Quando se entra na clínica, lá está ele, quando se senta na sala de espera, lá está ele novamente. Quando se encara o médico cirurgião plástico, o espelho novamente lá está. Mas é o espelho que chama atenção? É o espelho que questiona? Não é o reflexo daquele que o encara o disparador da interrogação?

Os inúmeros espelhos se mostraram fonte de discussão e questionamento para aqueles que os observavam. Por que tantos? Para que servem? Por que faziam pensar a respeito? Localizavam-se a refletir os corpos independentemente do que o observador/trabalhador que acessava tal espaço fizesse. Deste modo, cada um se transformava, inevitavelmente, em um observador de si. Tal perspectiva vai ao encontro da ideia de que o corpo se tornou objeto de uma das mais fortes regulações sociais (FOUCAULT, 1996). Por conta disso, o corpo é constantemente examinado, inclusive pelo olhar do observador/trabalhador, na tentativa de possuir um corpo adequado aos padrões de embelezamento físico da atualidade (NOVAES, 2011). Assim, o “cuidado consigo”, referente “às práticas de aperfeiçoamento e regulação do corpo” (FISCHER, 1996, p. 87), passa pelo controle deste através do uso dos espelhos.

Considerando que o corpo se tornou objeto de consumo, este deve ser regulado, avaliado e melhorado a fim de que potencialize sempre suas capacidades (BAUMAN, 2009). É nesse sentido que os espelhos cumprem papel fundamental, pois são os instrumentos de avaliação dos

corpos. Além disso, estes espelhos incitam desejos e vontades daquele observador/trabalhador que o encara, eles o colocam em movimento, na busca por tornar-se cada vez melhor, na tentativa de alcançar o pódio (BAUMAN, 2009).

Se uma vez eram as fábricas fordistas que moldavam o corpo das trabalhadoras de modo que este efetuasse da melhor maneira o trabalho manual a ele relacionado (COCCO, 1999; BERNARDO, 2009; BERCITO, 2011), na modernidade líquida, em que o trabalho imaterial se sobressai, o corpo passa a ser moldado pela trabalhadora, a partir da visualização de seu reflexo no espelho, segundo novas perspectivas que o rentabilizem – entre elas, o padrão de embelezamento físico (BAUMAN, 2011; GALVÃO; SILVA; COCCO; 2003).

Os espelhos fazem com que o observador/trabalhador encare a si mesmo constantemente. O observador/trabalhador refletido no espelho é o gestor de si, responsável por seu corpo, sua aparência e sua forma. O gestor de si precisa estar sempre à frente, numa perspectiva relacionada a ser o melhor possível, por esse motivo o espelho é tão importante, por esse motivo existem tantos espelhos, para que se verifique cada parte do corpo na tentativa de moldá-lo de forma a torná-lo rentável (GAULEJAC, 2007).

Os espelhos impedem que o observador/trabalhador fuja da própria imagem. Um espelho que mostra ao observador/trabalhador um rosto com mais rugas do que desejaria, mais gorduras localizadas do que deseja, é potencializado frente aos quadros, às fotografias e às esculturas – de pessoas jovens, bonitas e magras – dispostas pelas clínicas. Para explicar a função dos espelhos, pode-se utilizar os postulados de Couto (2007), que afirma que o corpo, por ser um produto que pode ser comprado e vendido, precisa ser constantemente inspecionado. A multiplicação de imagens de corpos belos já observada por Sant'Anna (2001) ocorre nessas clínicas e provoca essa corrida rumo à juventude eterna (SANT'ANNA, 2001). E, para atingir o corpo perfeito e adequar-se aos padrões de embelezamento físico, investimentos narcísicos (LIPOVETSKY, 1983), tais como a cirurgia plástica estética, são fundamentais. No entanto, para encontrar aquilo que precisa ser modificado, é necessário que os espelhos reflitam e que comparações com outros corpos sejam feitas – e um dos locais onde estas duas condições acontecem é a clínica de cirurgia plástica estética.

O espelho reforça a insatisfação com o corpo. Os observadores/trabalhadores procuram as clínicas por conta de um descontentamento, portanto os espelhos não estão posicionados de forma ingênua, apenas para servir como reflexo. Eles estão localizados de forma a potencializar esse desgosto. Os espelhos são os objetos que exprimem toda a importância dada ao corpo – ao corpo belo. São eles que provocam o desejo de mudança, mesmo que este seja aparentemente

baseado em questões internas; os espelhos são os disparadores das modificações corporais pelas quais passam as trabalhadoras. A partir dessa perspectiva, o estudo avança e pretende verificar e analisar na continuidade se e como as características do trabalho imaterial se apresentam na narrativa das trabalhadoras que se submeteram a cirurgia plástica estética.

4.3 O TRABALHO IMATERIAL NAS NARRATIVAS RELATIVAS AO EMBELEZAMENTO FÍSICO VIA CIRURGIA PLÁSTICA ESTÉTICA

Para responder ao objetivo específico desta seção, qual seja verificar e analisar se e como as características do trabalho imaterial se apresentam na narrativa das trabalhadoras que efetuaram cirurgia plástica estética, foram analisadas as respostas às questões feitas às trabalhadoras e aos cirurgiões plásticos relativos ao trabalho imaterial. Sendo assim, são apresentadas as narrativas acerca da trajetória profissional das trabalhadoras entrevistadas que as caracterizam como trabalho imaterial. Após, são descritas as características do trabalho imaterial encontradas nas narrativas das trabalhadoras entrevistadas. Por fim, através da narrativa do cirurgião plástico estético, é explicitada a perspectiva deste com relação ao trabalho imaterial realizado pelas trabalhadoras. Lembrando que a opinião do cirurgião plástico serve para reforçar os achados nas falas das trabalhadoras e, muitas vezes, descortinar evidências para o estudo em questão.

4.3.1 Trabalhadoras que se submeteram a cirurgia plástica estética e suas trajetórias profissionais

Embora já houvesse uma intensificação do trabalho, a partir do capitalismo industrial, que passou a explorar o trabalhador segundo técnicas novas (DEJOURS, 1992; DAL ROSSO, 2008), com o apoio das novas tecnologias e das novas configurações no mundo do trabalho (GALVÃO; SILVA; COCCO, 2003; BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2009), uma nova forma de exploração, o trabalho imaterial (COCCO, 1999; GORZ, 2005; LAZZARATO; NEGRI, 2001; HARDT; NEGRI, 2005; GRISCI, 2008), fez com que o trabalhador fosse inserido num novo ciclo de uso e exploração de seu trabalho. No trabalho imaterial, a exploração acontece todo o tempo – de vida e de trabalho –, e toda a capacidade do trabalhador é usada – inclusive suas características pessoais e sua vivência.

As trabalhadoras entrevistadas compunham dois grupos distintos: o das mulheres de meia-idade, que colhiam os frutos pelo trabalho duro feito de 20 a 40 anos antes – estes eram os casos de Cleópatra, Berenice, Tiia e Eurídice; e o das mulheres jovens, que trabalhavam há cerca de 10 anos e estavam bastante focadas em um futuro profissional considerado de sucesso, como é o caso de Kiya e Nefertiti. Em ambos os grupos se via claramente o esforço, já feito ou em andamento, de dar "tudo de si" para o trabalho, em uma aproximação total com a ideia de trabalho imaterial.

Boltanski e Chiapello (2009) dizem que, neste novo mundo de conexões, não há distinções entre a vida profissional e privada. As mudanças no ritmo e nas condições de trabalho e também na remuneração alertam para as mudanças nas relações de trabalho, que se tornam, muitas vezes, mais importantes que as relações familiares e a vida privada. Todas as entrevistadas se encaixam no perfil de quem colocou sua vida profissional à frente da pessoal – embora isso não seja dito de fora explícita, fica bastante claro nas entrelinhas de todas as entrevistas.

Em todo os casos, verifica-se uma intensificação do trabalho ao longo dos anos, mesmo em ambiente público, como é o caso de Berenice, que atua no setor público há mais de 20 anos, e Eurídice. Desta forma, mesmo o funcionalismo público – tradicionalmente considerado como um local de “menos trabalho” – é local de intensificação deste (DAL ROSSO, 2008). No extrato de entrevista de Berenice (p. 2) abaixo, observa-se destacada a seguinte frase "para mim o trabalho é fundamental, eu, durante muitos anos da minha vida, eu acho que eu fiquei mais para o trabalho [...]", que exemplifica aquilo que Boltanski e Chiapello (2009) alertam enquanto primazia do trabalho em relação à vida privada.

Bom, eu sou servidora pública concursada há 29 anos e já trabalhei em várias áreas, sou mestre em História Social e Política Brasileira, depois eu acabei fazendo curso de auditoria, também fui Coordenadora de Políticas para as mulheres. **Para mim o trabalho é fundamental, eu, durante muitos anos da minha vida, eu acho que eu fiquei mais para o trabalho**, pelo menos antes de eu ter filhos. Eu sou e eu fui extremamente, e sou ainda, muito exigente em relação ao meu trabalho. Quis trabalhar na área de saúde, na área de violência contra a mulher e contra o assédio da mulher. Foi um desafio pra mim ir para a área da saúde, hoje eu me sinto extremamente gratificada e, pra te falar bem a verdade, eu não me imagino mais fora desse mundo, porque é uma política nova, a saúde do trabalhador em si e conseguir trabalhar nessa política voltada aos trabalhadores e na responsabilização destes com os cuidados de saúde. (Berenice, p. 2, grifos meus).

Certo. Eu me formei com vinte e três anos em Processamento de Dados, trabalhei doze anos com informática. E nesses doze anos eu fui funcionária

em empresa privada. E dois anos eu abri a minha própria microempresa. Eu desenvolvia aplicativos informatizados, na área de games e jogos, bingo eletrônico. Então, quando fecharam os bingos, que a lei não permite mais, né... que se funcione bingos, eu fiz o concurso e passei [...] são dez anos de funcionalismo público. (Eurídice, p. 1).

Tiia, ao falar acerca de sua trajetória profissional, foi bastante enxuta. No entanto, ao longo da entrevista, ficou claro e evidente o quanto o trabalho tornou-se sua grande preocupação e meta de vida. Abaixo segue a narrativa acerca da trajetória de trabalho de Tiia:

Ah, eu comecei na, a minha carreira toda foi pautada em cima da área financeira. Eu comecei em 1978, né... já faz um tempinho. Comecei... o meu primeiro emprego foi no Banco X, né... e de lá pra cá eu passei por quatro bancos e, até hoje, sempre na área financeira. Então eu comecei como auxiliar no Banco X e sai do Banco X como gerente geral, depois passei por 21 anos como gerente. (Tiia, p. 1).

Nos casos de Kiya e Nefertiti, o trabalho iniciou-se logo no início da faculdade, através de estágios ou auxílios utilizados como forma de adquirir experiência e, também, de iniciar em uma futura profissão. Mesmo as profissões destas duas entrevistas sendo distintas – médica e advogada –, observou-se que o trabalho, nos dois casos, foi intenso e cobria praticamente todo o tempo de vida destas.

Eu sou formada em direito. Me formei em 2004. Iniciei trabalhando na área já do direito desde a faculdade, como estagiária. Aí, depois, eu estagiei num escritório de advocacia, depois fui estagiar no fórum. E depois voltei pro escritório. Aí, quando eu me formei, eu continuei nesse escritório, participando da banca. Eu queria muito trabalhar numa empresa. Na área trabalhista, só que numa empresa. Pra ter aquela ideia de empresa. E acabei indo pra lá em 2006 e aí fiquei lá até 2011. [...] Que aí eu engravidei e acabei voltando a advogar. Eu fiz uma pós em direito do trabalho e uma pós em gestão de pessoas. Nessa empresa eu iniciei como assessora jurídica. [...] Então eu estruturei toda a parte trabalhista e, depois de uns três anos lá, surgiu a oportunidade de exercer uma gerência em recursos humanos, que era algo muito diferente pra mim, né? E aí eu fiz alguns testes, pra ver se eu estava apta. E acabei ficando na gerência mais dois anos e meio e aí engravidei e acabei saindo e voltei a advogar. Mais ou menos isso. (Nefertiti, p. 1).

Na adolescência eu cobria férias das secretárias no consultório médico de meus pais. Com 17 anos fui aprovada em medicina. E, logo que ingressei na faculdade, comecei a trabalhar como auxiliar nas cirurgias e nos curativos, mesmo antes, de janeiro a outubro, quando iniciaram as aulas, com meu pai. Nesse período, acompanhava cirurgias aos sábados. Me formei médica em 2008 e comecei a fazer plantões clínicos em Porto Alegre, Esteio, Canoas, Sapucaia, Cachoeirinha, Gravataí. Passei na residência de Cirurgia Geral,

mantendo os plantões e os auxílios cirúrgicos quando possível, mas bem menos frequentemente. Formei-me cirurgiã geral em 2011 e iniciei a residência em Plástica. Durante esse período, intensifiquei a frequência de auxílios a cirurgias plásticas e plantões no Hospital X como cirurgiã geral de uma a duas vezes por semana. Formei-me cirurgiã plástica em 2014. [...] Realizo auxílios cirúrgicos, cirurgias plásticas estéticas e reparadoras, acho que é isso, também faz pouco tempo, não é? (Kiya, p. 1).

Destaca-se que, mesmo na descrição e análise das trajetórias profissionais, delineiam-se contornos do trabalho imaterial, considerando que a intensificação do trabalho e o imbricamento entre vida privada e profissional são características fundamentais e importantes deste conceito. A fim de dar continuidade à análise, são apresentadas as características do trabalho imaterial na narrativa das trabalhadoras que se submeteram a cirurgia plástica estética. Tais características se confundem com aquelas necessárias ao exercício do trabalho de cada uma, pois, no trabalho imaterial, há uma mobilização total da subjetividade do trabalhador em prol do seu trabalho (GORZ, 2005).

4.3.2 Características do trabalho imaterial na narrativa das trabalhadoras que se submeteram a cirurgia plástica estética

Dejours (2005) define trabalho por aquelas atividades desenvolvidas na tentativa de executar uma tarefa que não pode ser feita apenas pela organização prescrita. Ou seja, as tarefas de cada trabalhador incidem sobre sua condição humana e são ajustadas por ele (DEJOURS, 2005). É assim que o trabalho acaba por depender não somente da execução de tarefas, mas dos saberes e práticas – das habilidades pessoais – necessários para essa execução e que são intrínsecos a cada trabalhador. Por conta disso, são analisadas as habilidades pessoais de Cleópatra, Tiia, Kiya, Nefertiti, Berenice e Eurídice e como elas são relacionadas à execução de suas tarefas de trabalho.

O ajustamento feito para que as habilidades pessoais das trabalhadoras sejam úteis à execução de seu trabalho se dá a partir da flexibilidade (SENNET, 2012b). A flexibilidade faz com que as habilidades dos trabalhadores sejam aproveitadas ao máximo; além disso, traz vantagens ao ambiente de trabalho e corrobora práticas que impõem ainda mais atividades ao trabalhador. Trata-se de um novo poder, pois mesmo que o ambiente seja considerado flexível, ele leva o trabalhador a sentir-se cada vez mais pressionado a efetuar outras tarefas, num trabalho constante e intermitente (BERNARDO, 2009). Ser flexível significa, muitas vezes, ter

diversas habilidades, enquadrar cada uma delas com uma demanda do seu trabalho. Tiia corresponde exatamente a esse perfil. Ao responder acerca de suas habilidades pessoais, a entrevistada enumera uma a uma aquelas necessárias ao cumprimento de cada função exercida por ela no ambiente bancário. É persistente, positiva, focada, atualizada, confiável e o que mais sua organização necessitar que ela seja. Tudo isso para corresponder às demandas recebidas, tais como finalizar um trabalho, captar clientes, manter clientes, ensinar os subordinados e qualquer outra tarefa que precise ser cumprida. Nesse sentido, ela é flexível e assume determinada habilidade quando necessário. Segue o extrato da entrevista para compreensão:

O que eu podia dizer... eu posso dizer que eu acho que eu sou bastante positiva, eu sou persistente. Vou em busca do que eu acho que eu quero, que eu foco. Sou bem focada. Procuo como característica, deixa eu ver o que mais... sei lá... Eu procuro sempre estar, nesse tempo todo que eu fiquei, que eu trabalhei, fiz faculdade, me atualizei. Sempre quis isso, também ajuda bastante, né... sempre em contato com as pessoas. Como característica... que mais... sempre procuro, tá... ensinar, vamos dizer, os meus... abaixo de mim, né... que eu sempre tive pessoas me assessorando e tal, procuro passar isso, passar o que eu... meu dia a dia pra eles, que, daqui a pouco, quando a gente sai, já deixa alguém pronto pra assumir... O que mais que eu podia dizer? **Como característica... ah, e não me entrego fácil, viu... ah, o mercado tá ruim, não sei o que. Não adianta, vamos lá pegar essa manga e vamos que a gente busca o que a gente quer. Sendo persistente.** Tu vai buscar, que, às vezes, muita gente se entrega e tal, mas não, eu digo: eu vou a campo. Vou buscar, precisando, eu, graças a deus, esses anos todos, construí uma confiabilidade em Caxias, né... Meu nome, por ser até um pouquinho diferente, não é assim muito comum, então as pessoas identificam ligeiramente. Ah, a Tiia... ah tá; então a gente criou uma confiabilidade bastante grande com os clientes. (Tiia, p. 1, grifo meu).

Destaca-se o trecho em que Tiia (p.1) afirma "não me entrego fácil", pois, quando há crise, ou por outro motivo o mercado vai mal, ela busca alternativas. É importante reparar que ela faz isso, exclusivamente, porque seu trabalho demanda, porque o banco exige essa habilidade. No entanto, ela traduz como uma habilidade pessoal importante, e isso fez dela uma grande profissional. E, em contrapartida, sua organização de trabalho recebe o retorno financeiro por tal dedicação. Trata-se de criar, no caso de Tiia, competências para desenvolver determinadas capacidades comportamentais necessárias à realização de suas tarefas (HARDT; NEGRI, 2005).

Cocco (1999) diz que o pós-fordismo definiu as dimensões de espaço e tempo na globalização; a fábrica foi obrigada a flexibilizar-se e ser volátil por conta de um novo mercado dinâmico e flexível existente (COCCO, 1999). A aparente flexibilização do trabalho esconde

uma intensificação deste, que abrange, inclusive, o conhecimento adquirido pelo trabalhador. Essa flexibilidade criou novas competências que acompanham esse trabalho e se relacionam à capacidade de inovações técnicas e comunicacionais, pelas quais se exige dos trabalhadores uma maior intensidade de cooperação e de subjetividade (COCCO, 1999). A subjetividade do trabalhador é colocada para trabalhar a serviço do capital, e a cooperação faz com que este disponibilize sua subjetividade à organização (LAZZARATO; NEGRI, 2001). Berenice explicita a intrínseca relação entre o componente subjetivo de cada um e a execução do trabalho proposto:

As minhas habilidades pessoais, eu entendo que elas interferem diretamente no meu trabalho [...]. Eu acredito que, para a gente coordenar qualquer trabalho, é fundamental que nos coloquemos no lugar do outro, tanto do paciente quanto do profissional, para que possamos entender os pacientes e as relações entre as pessoas do trabalho, e isso vem, com certeza, de uma base familiar. Vem de uma maturidade que se adquire não só na faculdade. Não só nos cursos de graduação, pós-graduação, mestrado, doutorado, mas tá muito vinculado à gama de conhecimento e especialmente de conhecimento emocional que a gente carrega na família. (Berenice, p. 2,).

É assim que se apresenta o trabalho imaterial, como um “o conjunto de atividades corporais, intelectuais, criativas, afetivas e comunicativas inerentes ao trabalhador, atualmente valorizadas e demandadas como condição indispensável à produção” (GRISCI, 2008, p. 4). Gorz (2005) afirma que capacidades que não podem ser ensinadas, como cooperação e expressão e os saberes adquiridos na cultura cotidiana, são colocadas a trabalhar pelo capital. Há uma mobilização da subjetividade desta trabalhadora em prol do trabalho, pois, segundo Tiia:

[...] levamos a maior parte do nosso tempo... nós levamos todas as nossas experiências e expectativas pessoais inclusive, a gente, por mais profissional que tu seja, tu carrega contigo a história da tua vida, tu carrega os teus conceitos éticos, morais, políticos e religiosos. E isto influencia na forma que tu trabalha e na forma como se dão as relações do trabalho. (Tiia, p. 2).

Bauman ressalta que, embora o trabalho continue tão imóvel como o trabalho braçal da Revolução Industrial, este perdeu sua base sólida, porque uma vez ancorado em fortes raízes, hoje está submetido a um mercado novo, volátil e em constante modificação (BAUMAN, 2001). Por conta disso, o trabalhador é considerado responsável por compreender e descortinar

suas habilidades e capacidades para servir ao seu trabalho (BAUMAN, 2001). É assim que, segundo Eurídice: "eu me considero bem responsável. Eu não consigo deixar o serviço acumular, tenho que fazer tudo... sabe... andar e sou pontual" (Eurídice, p. 2).

Alves (2008) afirma que, por trás de um aparente envolvimento consensual e participativo dos trabalhadores, há manipulação, captura e utilização das subjetividades dos trabalhadores pela organização. É nessa captura de subjetividade que se encontra o trabalho imaterial, pois ele é o conjunto de atividades e habilidades que é colocado em evidência e posto a trabalhar pelo capital (ALVES, 2008). Sendo assim, trabalhadores com personalidades diferentes serão utilizados, também, de forma diferenciada, a fim de alcançar o objetivo final, que é o lucro. Então, no caso de um advogado com habilidades para escrever, seu trabalho ficará condensado no papel:

[...] é, eu acho que eu sou bem assim... introspectiva. Tímida, mais séria, bem centrada, assim, no trabalho. Eu acho que eu tenho um pouco de dificuldade nessa questão de exteriorizar um pouco o que eu penso. Então o meu trabalho fica mais escrito mesmo do que falado. (Nefertiti, p. 1).

A Cirurgiã plástica Kiya e a médica Cleópatra – autônomas - precisam compreender tais habilidades e fazer com que elas trabalhem para seu próprio sucesso profissional. Mesmo que não exista uma organização fazendo essa manipulação, a própria profissional não possui outra alternativa senão impor esse dever sobre si mesma.

É preciso ter bastante segurança e convicção para os pacientes se entregarem a um procedimento cirúrgico, além de empatia e habilidade manual para executar o procedimento. É necessário saber que não existe não estar em "um bom dia", pois todos os dias em que um paciente é operado será determinante na vida dele. Sou segura, determinada e tenho foco no trabalho, as principais e importantes habilidades, acredito. (Kiya, p. 2).

Acho que a capacidade de escutar, a paciência, a tolerância... tolerância com facilidade e o desejo de ver a pessoa realmente mais equilibrada em todos os sentidos, né? É a vontade de minimizar o sofrimento do ser humano. (Cleópatra, p. 3).

Considera-se que o trabalho imaterial é o resultado de uma nova forma de produzir, a partir da utilização da informação, e, ainda, que ele é aquele trabalho que se encontra no imbricamento desta nova relação entre produção e consumo e que é imaterial porque trata de algo que é imaterial: a "subjetividade humana" (PELBART, 2000, p. 36). As características

peças de Cleópatra, Nefertiti, Tiia, Kiya, Berenice e Eurídice se mostram importantes para o exercício do trabalho imaterial de cada uma,

Se o trabalho imaterial é aquele que compreende as atividades corporais, intelectuais, criativas, afetivas e comunicativas mobilizadas pelos trabalhadores em termos de engenhosidade, gerenciamento de informação, tomada de iniciativa, investimento pessoal na tarefa e nas relações, antecipação e resolução de problemas (GRISCI, 2008), e que este faz emergir sentimentos de confiança, segurança e conforto por parte dos trabalhadores, que passam a ser consideradas indispensáveis à produção e à competitividade das empresas (LAZZARATO; NEGRI, 2001; GORZ, 2005), algumas características desta forma de trabalho foram encontradas, além daquelas já descritas anteriormente, na narrativa das trabalhadoras entrevistadas.

Boltanski e Chiapello (2009) afirmam que o elo entre relações afetivas e relações úteis, no que se refere ao ambiente de trabalho, estreita-se cada vez mais. Dessa forma, a trabalhadora pode identificar-se como parte da família de seus clientes, como pode ser vista como tal, conforme o caso de Tiia (p. 2):

Então, tu atendes as famílias, então tu acabas tendo, **criando um relacionamento muito grande com a família**. Tu atendes o avô, o pai, o filho, o neto, tu acaba te inteirando na família. Tu acabas, em muitos casos, **eu sou quase uma da família**, e quando um tinha problema ia lá e falava comigo. Para tentar amenizar. (Tiia, p. 2, grifos meus).

No mesmo sentido, as relações de trabalho tornam-se estreitas quando almoços, cafés, jantares e até mesmo exercícios físicos são feitos em ambiente de trabalho ou com os colegas, quando a família se aproxima deste ambiente, faz parte dele (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2009). Segundo Tiia, "[...] então a minha família, o marido participava de festas e tal, a gente acabava formando uma família, então é muito bom" (Tiia, p. 10).

Há uma aparente atenuação da intensificação do trabalho realizada através da utilização de discursos considerados otimistas, tais como a utilização da denominação colaborador (BERNARDO, 2009). Tais discursos são considerados apenas retóricos, já que a intensificação do trabalho continua (DAL ROSSO, 2008). O celular, o *tablet* e o *laptop* são alguns dos recursos de intensificação atuais, aproximando as trabalhadoras de suas tarefas diárias e raramente as afastando delas. Tal fato fica claro no caso de Tiia, conforme evidenciado abaixo, especialmente

no grifo, onde a mesma afirma que, embora não possua controle de assiduidade e pontualidade através de ponto, ela está sempre conectada ao trabalho através do celular.

É, hoje, para você ter uma ideia, olha... eu... o nosso horário, nós que fizemos. Nós não temos aquela de ter que bater ponto. Não, sabe... nós somos bem independentes, eu não tenho horário para chegar lá, para sair, pra... eu tenho que fazer o que eu preciso fazer. Meu diretor nunca vai me cobrar horário, **ele sabe que se ele quiser me achar ele vai me achar no celular**, né... não precisa tá ligando pra... então o horário nós não temos problema. (Tiia, p. 9, grifo meu).

A intensificação do trabalho continua no momento em que diversas atividades não originalmente relacionadas a ele são realizadas no ambiente de trabalho ou com os colegas. No caso de Nefertiti (p. 7) "Só que eu geralmente almoço no escritório, né? Eu pego alguma coisa e acabo almoçando lá". Isso porque "tu tem que te dedicar, porque senão tu não consegue, e normalmente não tem muita gente" (Tiia, p. 9). Por conta disso, "eu começava a trabalhar... só pra tu ter uma ideia, ali pelas oito, às vezes não saía nem pra almoçar, pegava um lanche. Eu cansava de sair de lá às oito da noite" (Tiia, p. 9). É assim que o trabalho imaterial também compreende uma nova relação de espaço-tempo de vida e de trabalho (GRISCI; CARDOSO, 2014). Abandona-se os padrões, uma vez existentes, de tempo de trabalho, tais como a jornada de 8/9 horas diárias. A informatização através da utilização massiva de aparelhos eletrônicos no trabalho aliada ao crescimento do setor de serviços são fatores importantes para as transformações relacionadas ao tempo de trabalho e tempo de vida. No trabalho imaterial, o tempo de vida e de trabalho se misturam, não há separação. Não há horário de trabalho e horário de vida. Tal característica fica clara em todas as entrevistas efetuadas e é ressaltada nos seguintes extratos abaixo relacionados:

Porque, pra tu ter uma ideia, como eu atendia as grandes empresas e requer muito trabalho elas... nesse meio tempo, claro, eu saía pra visitar e voltava e tal, mas era direto, eu e o gerente administrativo, vira e mexe nós estava os dois lá né... Então, fazer o que... eu tinha que fazer acontecer, eu não queria deixar meu cliente sem o que eu tinha prometido. Por não ter gente para fazer eu acabava fazendo. Então, isso em todos os bancos que eu passei, o horário eu não me importava, eu tinha que fazer. (Tiia, p. 9).

O trabalho toma a vida: A gente inicia às 08h30 até o meio dia e das 13h30 até as 17h30, 18h. [...] e saio de lá sempre às 19h. Eu nunca consigo sair antes desse horário [...] Eu nunca saio no horário, a não ser que eu tenha algum compromisso, assim... um médico, ou alguma coisa muito urgente. Mas geralmente é esse horário. (Nefertiti, p. 7).

Não tem horário fixo, sabe? As cirurgias podem começar às 7:30 e durar quase o dia todo. Mas se acaba 12:00, por exemplo, eu atendo à tarde no consultório. Atendo todos pacientes, então posso sair de lá, sei lá, às 21:00 da noite. Mas nem sempre isso, varia, como eu disse, depende das cirurgias. (Kiya, p. 2).

A minha mãe acha que eu trabalho demais. Ela sempre diz: é demais. Imagina. Tu tem que se regrear. Para que tudo isso? Tu quer chegar aonde com tudo isso? Ela me cobra um pouco essa questão. Ela acha que é em excesso, que eu teria que ficar mais com a P. Chegar antes em casa e tal. (Nefertiti, p. 7, grifo meu).

O trabalho se estende e toma a vida, pois a construção do sujeito trabalhador se dá consoante à existência; encerram-se os limites entre a vida e o trabalho, entre o começo e o término de cada um. Há uma “mobilização total”, na qual o trabalhador produz a si mesmo, ou seja, “a atividade de produção de si é uma dimensão necessária a todo trabalho imaterial, e [...] este tende a apelar às mesmas capacidades e às mesmas disposições que possuem as atividades livres fora do trabalho” (GORZ, 2005, p. 22). Nessa mobilização total, o trabalhador não vê, sequer, a linha de chegada, ou seja, a aposentadoria. É assim que “o trabalho precisa da vida como nunca, e seu produto afeta a vida numa escala sem precedentes” (PELBART, 2000, p. 37). Seu trabalho é sua vida e ele já não tem outra alternativa a não ser continuar trabalhando:

Daqui pra frente? Bom, eu não pretendo parar de trabalhar, se eu puder. Se for possível. Se, dentro das minhas capacidades físicas, eu conseguir trabalhar até os oitenta anos, eu vou continuar trabalhando. Para mim o trabalho é vital. Eu não consigo me enxergar sem trabalhar. Nem saberia o que fazer com o meu tempo. (Cleópatra, p. 6).

Para finalizar a verificação e análise do trabalho imaterial relacionado às narrativas das trabalhadoras entrevistadas, são abordadas, também, as características destes presentes na narrativa dos cirurgiões plásticos entrevistados. Tal continuidade importa a fim de auxiliar a sustentação das análises já feitas.

4.3.3 Características do trabalho imaterial presentes na narrativa dos cirurgiões plásticos estéticos

Se o modelo fordista de produção controlava os corpos na tentativa de impedir movimentos e impor disciplina através da vigilância (GRISCI, 2008), com o passar do tempo, esse modo de subjetivação disciplinar modificou-se, a partir de intervenções diretas na

subjetividade de cada trabalhador com o objetivo de torná-lo rentável (MANSANO E CARVALHO). É assim que, no trabalho imaterial, o trabalhador é responsável por controlar e ser vigilante com relação à sua vida, ao seu trabalho e ao seu corpo.

Inicialmente, destaca-se que a maior parte dos cirurgiões entrevistados afirmam que os trabalhadores que buscam cirurgia plástica estética não citam seu trabalho como motivo principal. Segundo eles, "o trabalho nunca é colocado em foco" (Rudanon, p. 2). Os motivos divulgados durante a consulta são, por exemplo, o incômodo, "elas nem dizem que tão ficando feias, elas dizem eu vim aqui tirar minhas pálpebras porque estava me incomodando" (Seti, p. 2).

No entanto, de acordo com Rudanon, "os homens dizem diretamente que a cirurgia é pro trabalho, as mulheres não, elas dizem que é para elas. Os homens são mais objetivos. Vou fazer pra poder pegar o cargo de gerente [...]" (Rudanon, p. 3). Ainda segundo o cirurgião,

[...] sim, [os homens] são mais diretos. Eles relacionam por causa da concorrência, para manter empregos, porque sofre muita concorrência por vagas de homem. Principalmente posição de vendas, direção, coisas assim que estão mais na vitrine. Além disso... não pode aparecer, e não pode modificar muito. É difícil né? Mas eles pedem. (Rudanon, p. 3).

No entanto, de forma geral, "a situação do trabalho é visível, mas não é explícita, é até difícil de pensar como, mas pequenos detalhes mostram que é importante e é por isso que fazem" (Ramsés, p. 5). Assim, a busca pela cirurgia plástica estética e seu consequente embelezamento se dá, também, por demandas do trabalho, seus indícios são percebidos pelos cirurgiões plásticos que o atendem, conforme demonstrado nas falas acima. Não é explícita a relação com o trabalho, mas "é, mais ou menos o que eles deixam transparecer, quer dizer, eles querem fazer pra ficar mais competitivos no trabalho" (Rudanon, p. 4). "Quero fazer porque, no meu trabalho, tenho que me apresentar bem, ninguém fala abertamente, embora a gente saiba que existe" (Ramsés, p. 2).

Os indícios são diversos: "é, tem gente que tem uma vida social intensa, ou profissional, e encontra com muita gente, isso faz com que eles queiram operar" (Ramsés, p. 2); "elas fazem nas férias, porque como é plástica, elas não têm muita coragem de sair do trabalho para fazer [...]" (Ramsés, p. 3); "Já tive paciente que sempre que fica desempregada vem e faz uma duas três cirurgias, elas não falam, mas é claro que é para voltar a trabalhar, né?" (Ramsés, p. 3); "Quem trabalha em banco faz numa sexta, por exemplo, e volta na segunda, ou então faz antes do feriado, numa quinta, numa quarta e volta na segunda. Entendeu?" (Akhenaton, p. 7). Por

fim, existem aqueles que não querem transparecer que fizeram a cirurgia plástica, conforme o exemplo de uma advogada, mencionado pelo cirurgião: "é, ela queria uma coisa assim ó, que ninguém visse, que não parecesse que ela tivesse feito uma cirurgia, mas que ela ficasse com o nariz bonito" (Ramsés, p. 9). Através desses indícios, percebe-se que o trabalho é elemento preponderante para a busca de cirurgia plástica estética por trabalhadores.

Algumas profissões, no entanto, chamam a atenção dos cirurgiões, "as modelos também, que fazem pelo trabalho e falam. As prostitutas também dizem que é para o trabalho. Tem aqueles que pedem para tirar bem pouquinho, não querem que o pessoal do trabalho desconfie que fizeram plásticas, só querem parecer mais descansados" (Ramsés, p. 3). "Eu sei, por exemplo, que determinada paciente, que sempre trabalhou em banco, e que existe já uma coisa, que todo mundo prefere olhar para a juventude. Então ela ficou desempregada e veio aqui fazer duas plásticas. Então, tem a ver com trabalho, né?" (Ramsés, p. 3). "São aqueles que precisam no aspecto mais, como eu falei, vendedores, eles têm, quem trabalha com vendas, quem almeja posições de comando dentro de uma empresa, não quer um aspecto caído, abatido, cansado, quer um aspecto mais jovial" (Rudanon, p. 4).

Sim, tem muitas profissões, como advogada e bancária, por exemplo, e até prostituta, que elas têm que ter um padrão de beleza no trabalho. Olha... eu não tenho tanto tempo de profissão, mas às vezes a gente vê, né? Às vezes a pessoa é recepcionista, está incomodada com o nariz, fica muito exposta. Normalmente quem tem mais convívio social são os que primeiro procuram a cirurgia. Porque às vezes a pessoa trabalha não tão exposto ao público, vai demorar um pouquinho mais, né? Porque com certeza quanto mais exposta a pessoa tá, mais ela também vai procurar melhorar o quanto antes, né? Enfim... às vezes tu tolera mais, né? Tu a ti mesmo, mas quando tem outras pessoas reparando naquele defeito, isso vai incomodar mais. (Meritanon, p. 5).

Enfim,

[...] hoje em dia a gente não opera mais as madames, como operava há vinte, trinta anos atrás, hoje em dia nossos pacientes todos trabalham, então por isso que a gente procura oferecer uma cirurgia que eles voltem o mais rápido possível ao convívio social e o convívio no trabalho. (Amenófis, p. 2).

Além disso, muitos pacientes expõem a expectativa após a cirurgia. Há, por exemplo, o caso de uma paciente que fez cirurgia plástica na tentativa de achar emprego e, após a

intervenção cirúrgica, a mesma questionou o cirurgião plástico: "ela chegou lá e disse assim: ué, faz dois meses que eu operei e não aconteceu nada!" (Ramsés, p. 7).

Portanto, embora a maior parte das trabalhadoras não considere o seu trabalho como o fator principal para fazer a cirurgia plástica estética, alguns indícios apontados pelos cirurgiões plásticos – tais como fazer a cirurgia plástica nas férias ou quando se está desempregado – apontam para que sim, o trabalho é elemento preponderante na hora de fazer a cirurgia plástica estética. Tal fato, aliado à verificação e análise que diz que as características principais do trabalho imaterial são facilmente encontradas na narrativa das trabalhadoras entrevistadas, faz concluir que tais trabalhadoras vivem em perspectiva de trabalho imaterial e, bem por isso, sentem a pressão para que seus corpos sejam condizentes ao exercício deste trabalho. Ainda, no entanto, importa verificar e analisar as características da gestão gerencialista presentes na narrativa das trabalhadoras.

Verificou-se, portanto, que existem características do trabalho imaterial na narrativa das trabalhadoras entrevistadas e que tais características, ao serem analisadas, corroboram a afirmação de que o trabalho imaterial é aquele que toma a vida do trabalhador, que se aproxima da vida pessoal e que confunde o tempo de trabalho com o tempo de vida. Além disso, as narrativas dos cirurgiões plásticos entrevistados auxiliam a evidenciar e corroboram as características do trabalho imaterial encontradas.

4.4 A GESTÃO GERENCIALISTA NAS NARRATIVAS RELATIVAS AO EMBELEZAMENTO FÍSICO VIA CIRURGIA PLÁSTICA ESTÉTICA.

Para responder ao terceiro objetivo específico deste estudo, que se propõe a verificar e analisar se e como as características da gestão gerencialista se apresentam na narrativa das trabalhadoras que se submeteram a cirurgia plástica estética, foram analisadas as respostas às questões colocadas às trabalhadoras e aos cirurgiões plásticos, relativas ao ambiente de trabalho destes. Desta forma, primeiramente são analisadas as características da gestão gerencialista presentes na narrativa das trabalhadoras entrevistadas. Após, são analisadas as características da gestão gerencialista presentes na narrativa dos cirurgiões plásticos entrevistados. Lembrando que a opinião do cirurgião plástico serve para reforçar os achados nas falas das trabalhadoras e, muitas vezes, descortinar evidências para o estudo em questão.

4.4.1 Características da gestão gerencialista na narrativa das trabalhadoras

Nas últimas décadas o mundo sofreu mudanças significativas (CHANLAT, 2010). O modelo de desenvolvimento capitalista e seu processo de expansão e internacionalização denominado globalização se tornaram os propulsores de modificações profundas na sociedade (IANNI, 2008; DASSO JUNIOR, 2006). Entre as mudanças registradas, destaca-se uma nova cultura do *management*, que consiste no espalhamento das ideias da gestão privada para diversas áreas da sociedade (CHANLAT, 2010). A gestão, portanto, torna-se o meio de dominação sob o qual a vida em sociedade deve funcionar e se adequar.

Gaulejac (2007) chama a dominação do *management* de gestão gerencialista. A gestão, apresentada nos manuais como um conjunto de técnicas necessárias ao bom funcionamento de uma organização, é, na verdade, um sistema de organização de poder (GAULEJAC, 2007), o qual, por trás de uma certa neutralidade, teve características fundamentais e essenciais que evoluíram no tempo e podem ser facilmente encontrados (GAULEJAC, 2007). Estas características serão abordadas em seguida e mostram que, no caso das trabalhadoras estudadas, a perspectiva da gestão gerencialista existe e é importante na vida destas.

A gestão gerencialista "traduz as atividades humanas em indicadores de desempenho" (GAULEJAC, 2007, p. 36). A conversão dos trabalhadores em metas, resultados, dados, gráficos e índices é chamada por Gaulejac (2007, p. 94) de "quantofrenia", ou doença da medida, referente à obsessão em transformar trabalhadores em números. Esses números são utilizados para comparar, para padronizar. E tudo isso é feito de forma que, quando um trabalhador alcança uma meta, essa meta muda e ele precisa continuar trabalhando cada vez mais. É uma busca sem fim por um padrão de excelência sempre em modificação, quase inexistente, pois o trabalho está em constante mutação. Tais desempenhos são facilmente medidos através de metas, no caso de Tiia (p. 8) "nós tínhamos no SOS sempre metas". Assim, esse controle do desempenho faz do trabalhador um recurso da empresa, fazendo com que ele se adapte ao tempo de trabalho e às necessidades produtivas e financeiras (GAULEJAC, 2007). O trabalhador se torna flexível para acomodar as demandas da empresa. No caso de Tiia, por exemplo, o relato abaixo deixa clara essa adaptabilidade:

Nós tínhamos no SOS sempre metas, e quem cumpria a campanha, que nós chamávamos... era uma campanha... sei lá... de seis meses, por exemplo, às vezes tinha de seis meses, um ano... **quem cumprisse a campanha, o primeiro a nível Brasil, ganhava, por exemplo, uma viagem para o exterior.** Eu fui, eu conheci o exterior no banco SOS. Aí chegou ao ponto de um vice-presidente fazer uma brincadeira idiota, né... e dizer assim: ô, Tiia, tu

só sabe viajar. Eu disse: mas meu deus do céu, se vocês fazem as campanhas, eu ganho a campanha, tenho o direito de viajar pô. Então não façam as campanhas, que daí ninguém ganha e eu não vou né... aí eu disse pra ele... nós estávamos... faltava um mês pra finalizar uma campanha que ia pra Paris e eu tava uma das primeiras, eu disse pra ele: não tem problema, o senhor não se preocupa, que eu não vou para Paris, daquele dia em dia em diante eu não fiz mais nada, quando terminou ele viu, eu disse: pronto, eu fiz o que o senhor me pediu. Então, às vezes eu me prejudiquei e, mesmo assim, ele reconheceu, nunca mais me incomodou, sabe... então tem... superiores tem de tudo que é jeito, mas a gente tem que saber levá-los né... senão não dá, né? (Tiia, p. 8, grifo meu).

Tiia (p. 8) narra que aquele trabalhador que cumprisse a meta/campanha ganharia uma viagem para Paris. Trata-se do culto à qualidade, considerado por Gaulejac (2007) uma característica fundamental da gestão. Celebrar o mérito dos trabalhadores dando uma recompensa mascara a verdadeira intenção, que é a obtenção de resultados financeiros (GAULEJAC, 2007, p. 98). Portanto, a qualidade não se trata apenas de melhorias no processo e nas condições relacionadas à produção, mas de um “instrumento de pressão para reforçar a produtividade e rentabilidade da empresa” (GAULEJAC, 2007, p. 106). Lazzarato e Negri (2001, p. 25) afirmam que “o novo *management* hoje, ‘é a alma do operário que deve descer na oficina’, suas capacidades, sua personalidade, ou seja sua subjetividade que será ‘organizada e comandada’”.

Não há limites entre tempo de vida e tempo de trabalho, os trabalhadores estão sempre conectados (FREZZA; GRISCI; KESSLER, 2009; HARVEY, 1993; GRISCI, CARDOSO, 2014). Tal afirmação fica evidente na narrativa de Tiia (p. 9): “meu diretor nunca vai me cobrar horário, ele sabe que se ele quiser me achar ele vai me achar no celular”. Cleópatra (p. 4) complementa, “ficar mais tempo trabalhando... Sim. Quando eu tenho que passar exames, né? Porque os pacientes mandam os exames e eu tenho que ligar e discutir o tratamento com eles e às vezes eu fico mais uma hora, uma hora e meia no consultório”. Deste modo, as atividades e as funções do trabalhador podem ser feitas através de movimentos muito rápidos e em pouco tempo, o local de trabalho não é mais considerado um limite às ações do trabalhador, já que este pode estar em vários lugares ao mesmo tempo. O tempo é desvalorizado; assim, ele se aproxima e se confunde com o tempo de vida (BAUMAN, 2001).

Além desta modificação do tempo de vida, a gestão gerencialista implica que o sujeito deve ser gestor de si (GAULEJAC, 2007). Ou seja, o trabalhador deve tornar-se o gestor de sua vida; para isso, deve fixar seus objetivos, avaliar seus desempenhos e tornar seu tempo rentável (GAULEJAC, 2007). Por conta disso, as trabalhadoras estão sempre em movimento,

sempre aprimorando seus conhecimentos. Segue abaixo um exemplo na narrativa de Cleópatra acerca de ser gestora de si.

Eu fiz várias especializações. [...] E aí eu entrei na parte da nutrição. Eu fiz a medicina ortomolecular, fiz o pós em ortomolecular, depois eu fiz o pós em antienvhecimento. Fiz o curso de hormônios bioidênticos em Fortaleza. Depois eu fiz mais três anos de pós com um pessoal dos Estados Unidos, a Associação Americana de Antienvhecimento, e agora a minha clínica está mais focada para o antienvhecimento do que para a homeopatia. (Cleópatra, p. 2).

O gerencialismo exacerba o individualismo. O trabalho passa da "sanção disciplinar à adesão voluntária, da obrigatoriedade à mobilização, da imposição à incitação, da punição à gratificação, da vigilância à responsabilidade" (GAULEJAC, 2007, p. 159). A força da gestão gerencialista encontra-se em seu próprio sistema de valores, que é incentivador do engajamento e da proatividade, transformando a busca do lucro em um ideal de vida do trabalhador (GAULEJAC, 2007). O trabalhador torna-se empreendedor de sua própria vida; e o humano se converte em capital, sendo conveniente torná-lo produtivo e rentável. O caso de Nefertiti é um exemplo cabal dessa proatividade, do individualismo e do gerenciamento de si. Nefertiti é proprietária de um escritório de advocacia e possui uma empresa de recrutamento e seleção; por conta disso, ela efetua toda uma gestão de seu tempo para organizar os dois ambientes de trabalho. Segue a narrativa:

É. Na verdade eu até esqueci de comentar. Eu sou proprietária do escritório, tenho um colega hoje. Que não é meu sócio, mas trabalha comigo. E eu tenho uma empresa de recrutamento e seleção também, né? Que é RH, que na verdade tem duas psicólogas e uma recrutadora que trabalha junto. [...] Então, hoje eu não interfiro tanto nessa questão mais prática de entrevista, de decisão, a recrutadora é que toma, a não ser que seja uma coisa que ela precise um poder de decisão administrativo, e no escritório é o trabalho de advogado. É ir pra audiência, fazer ação. Atender cliente. (Nefertiti, p. 3).

No escritório de advocacia sou eu, um colega e a secretária, né? E na RH é uma recrutadora e duas psicólogas. Na verdade eu optei por fazer uma sala meio que ampla. Todo mundo fica ali meio que junto. E temos a sala de atendimento. Tem uma sala separada. Uma sala de reuniões, né? Então eu e o Fulano, a gente fica meio que praticamente num ambiente só e as gurias também. Então, se tem um cliente do escritório pra atender, atendemos na sala de reuniões, e se tiver alguém pra ser entrevistado, é também a entrevista na sala de reuniões. E aí a psicóloga vai uma vez por semana que a gente utiliza mais num cargo estratégico. Para fazer testes, esse tipo de coisa. (Nefertiti, p. 4).

“O trabalhador está sempre pronto a fazer *business* de tudo: sexualidade, conhecimento, saúde, **beleza**, identidade” (GAULEJAC, 2007, p. grifo meu). Tudo pode ser comercializado.

Por conta disso, manter-se saudável e com o corpo em forma é importante para manter seu capital saúde (GAULEJAC, 2007). Desta forma, a preocupação com a aparência no ambiente de trabalho é sempre comentada. Em todos os casos, ao falar do ambiente de trabalho de cada uma, as trabalhadoras ressaltaram questões relacionadas às roupas, formas de vestir e portar-se. Seguem extratos das entrevistas que confirmem tal questão.

As secretárias também têm que ter uma boa aparência. A minha secretária já passou por cirurgia de nariz. Fez prótese de mama, pálpebra. Então, é fundamental também a aparência da secretária. Ela cuida da parte física. Ela tem que estar dentro do peso. É super importante tu chegar num consultório quando se faz antienvhecimento ortomolecular que todas as pessoas estejam dentro do equilíbrio físico. (Cleópatra, p. 4).

Fulano usa terno e gravata. Sempre. Eu me visto com salto todos os dias, uma roupa mais séria, nada de decotes, porque não tem como na minha profissão. Uma saia mais longa. Um terninho, calça social sempre. Calça jeans raramente. Às vezes numa sexta-feira. Mas é muito difícil. Já as meninas elas são mais despojadas assim, né? Uma bem novinha, porque ela tem 19 anos, então ela usa calça jeans. Usa umas roupas mais... me fugiu a palavra agora. Mas não precisa ser nada muito certinho, né? E as psicólogas também, elas têm um estilo mais despojado de se vestir. (Nefertiti, p. 4).

A aparência do médico deve denotar seriedade e asseio em respeito ao paciente. Especificamente, em cirurgia plástica, e pelo fato de ser mulher, é importante ter coerência e manter o corpo em forma física adequada. Ou seja, preciso estar arrumada e com o corpo bonito para atender meus pacientes. No meu trabalho variam muito sabe, no hospital tem uniforme e roupa (nem sei o que usam fora dele, porque quando tiram já estão fora do hospital, né?). Mas, por exemplo, minha secretária é uma moça magra, bonita e que se veste bem. Estou sempre rodeada de pessoas bonitas para passar uma imagem legal, né? Afinal plástica é beleza! (Tiia, p. 2).

Bem, à princípio, eu sou uma pessoa extremamente clássica, digamos assim. Eu procuro me vestir de forma social, porque o meu trabalho exige. Também nós temos camisas de uniforme. Também tu te veste ou com o uniforme da fundação, que é camisa e blaser, os profissionais da área técnica utilizam jaleco, eu procuro me vestir de forma elegante, mas extremamente discreta, por conta do profissional. (Berenice, p. 3).

Vestir-se de acordo faz parte do processo de gerenciamento de si. Administrar seu próprio corpo e de seus funcionários ou colegas de trabalho é uma característica da gestão gerencialista. O medo de ficar para trás faz a trabalhadora esforçar-se constantemente para ser a melhor, para gerir a si mesma em prol de sua própria rentabilização (GAULEJAC, 2007). Ser rentável, flexível, proativo, comunicativo, motivado, móvel, empenhado, competitivo é condição fundamental para o gestor de si. As trabalhadoras passam a preocupar-se com tudo o que possa interferir em sua própria rentabilização; ou seja, entre outras preocupações, está a de possuir o corpo adequado ao trabalho que ocupa.

4.4.2 Características da gestão gerencialista na narrativa dos cirurgiões plásticos estéticos

As narrativas dos cirurgiões plásticos entrevistados são utilizadas a fim de corroborar a afirmativa de que existem características da gestão gerencialista na narrativa das trabalhadoras, tal como analisado anteriormente. Tais narrativas mostram que, embora muitas vezes mascarado por outras justificativas, o trabalho é um grande propulsor para que as trabalhadoras decidam fazer uma cirurgia plástica estética.

Considerando o aspecto social, o gerencialismo “exacerba o individualismo e a luta dos lugares” (GAULEJAC, 2007, p. 159). Desta forma, na tentativa de ser o melhor, os trabalhadores buscam, também, ter o melhor corpo, o mais "turbinado", o primeiro lugar. Seti, deixa evidente essa questão no extrato que segue.

Elas querem, parece que elas tão numa espécie de **concorrência** com as outras, então elas, elas querem aquela coisa cada vez mais do que a outra. [...] Por exemplo, se tem uma família com 3 filhas, uma tem 18, a outra tem 19, e a outra tem 20, não importa qual é que vai vim primeiro dessas três, é a que vem primeiro, não importa qual a idade, ela diz assim ‘ah eu quero colocar 250, a segunda já vai pedir 275, e a terceira já vai pedir trezentos, não importa o que elas já têm né, mas é aquela coisa da concorrência [...] então **isso deve funcionar na sociedade em geral, entre as colegas de trabalho e tal.** (Seti, p. 2-3).

Turbinar, portanto, é uma forma de estar sempre à frente, de manter-se em primeiro lugar. Ramsés (p. 4) complementa afirmando que "tem, por exemplo, essas gurias do banco, isso tem. Às vezes, por exemplo assim, também, num escritório de contabilidade, vem cinco gurias botar silicone, uma fala para a outra". Seti (p. 7) afirma que frequentemente, "principalmente porque são advogadas, então assim vem uma, vem outra". Akhenaton complementa: "o que acontece também, mas aí eu não sei te dizer se é por ciúmes, porque dizem que é por indicação, é vir gente do mesmo local de trabalho, vem uma, depois vem outra e quando vê todas operaram" (Akhenaton, p. 3). Observa-se, portanto, que o local de trabalho influencia trabalhadoras a recorrerem à cirurgia plástica estética. Akhenaton cogita a possibilidade de ser ciúmes o motivo – ciúmes de que? Estar mais bela no trabalho garante alguma possibilidade diferenciada? Veremos adiante essa resposta.

Sobre a conversão dos trabalhadores em metas e sobre a supressão do tempo de vida e tempo de trabalho (GAULEJAC, 2007), Akhenaton (p. 7) afirma que "eu sempre pergunto do trabalho [...]. Então o meu paciente que trabalha em banco, eu sei que tem que voltar logo, porque dizem que os bancos são muito exigentes. Estão sempre pedindo meta, e esse tipo de trabalhador aí é muito estressado, né... pra voltar logo". Ou seja, os trabalhadores, além de serem levados a manter a boa forma e, por conta disso, algumas vezes, submeterem-se a cirurgia plástica estética, preocupam-se que essa operação não atrapalhe seu tempo de trabalho. Mesmo possuindo riscos, a cirurgia é tratada como algo que não deve levar o trabalhador a perder seu tempo. Fica claro, através das falas dos cirurgiões plásticos, que o trabalhador não pode deixar de cumprir a meta – sendo assim, este deve fazer a cirurgia e voltar o mais rápido possível ao seu trabalho, de preferência, não deve nem sair dele e manter-se conectado da forma que for possível.

A gestão gerencialista faz com que os trabalhadores não se permitam estar velhos, pois velhice significa atraso, lentidão, ficar para trás. E ficar para trás é algo que não pode ocorrer, pois o trabalhador busca sempre o primeiro lugar. Dessa forma, é necessário mobilizar-se e modificar tudo o que possa interferir em sua própria rentabilização:

Eu lembro de um paciente que era um empresário. E ele fez uma cirurgia e tirou férias. Daí, depois de trinta dias, ele voltou pro trabalho e os colegas todos... bah, que bem que fez essas tuas férias. Tu tá super descansado, super bem e tal, daí ele disse: é, pois é né? Eu tava de férias. Descansei bastante. (Amenófis, p. 5).

Sim, tem muitos pacientes que dizem que... ah, que ele tá se sentindo envelhecido e pode perder no trabalho promoções ou perder pra colegas mais jovens. Então eles querem uma aparência mais jovial. Então, geralmente são homens, eles ficam com **medo de perder a vez na promoção**. Enfim. Então, eles querem além de serem uma cabeça jovem, eles querem a aparência física também mais jovem. (Amenófis, p. 4).

Na sociedade líquido-moderna, o constante sentimento de impotência expõe o indivíduo às suas fragilidades e incertezas (BAUMAN, 2007). Tais incertezas geram medos de "não encontrar emprego, estar desempregado, **ficar velho**, desatualizado, ser passado para trás, **ficar feio**, ser descartável dentro de sua empresa, ser sozinho e ser incapaz de se livrar dos que não são mais desejados" (BAUMAN, 2007, p. 219, grifos meus), "medo de perder a vez na promoção" (Amenófis, p. 4). O insistente medo de ficar para trás leva o sujeito a esforçar-se constantemente para ser o melhor e faz com que as trabalhadoras se submetam a cirurgia

plástica estética, pois o medo de não estar adequado ao trabalho é algo forte na vida dos trabalhadores, segundo os cirurgiões plásticos entrevistados.

Enfim, a gestão gerencialista é a ideologia relacionada ao funcionamento da sociedade no tocante à forma de organização do trabalho imaterial (GAULEJAC, 2007; BAUMAN, 2007; GRISCI, 2008). Aos olhos da gestão de si, correspondente ao trabalho imaterial, o corpo que acompanharia a mobilização da psique pelo poder gerencialista seria aquele portador de beleza física (GRISCI et al., 2014). O personagem da gestão gerencialista – gestor de si – é aquele que, em prol de uma rentabilização do humano, render-se-ia aos padrões de beleza física impostos pelo trabalho.

Até o momento verificou-se que o trabalho imaterial e a gestão gerencialista, a partir de suas características, estão presentes na narrativa das trabalhadoras que se submeteram a cirurgia plástica estética e dos cirurgiões plásticos entrevistados. Além disso, tais características apontam para uma relação entre trabalho imaterial e embelezamento físico. Assim, analisa-se a seguir o embelezamento físico, para em seguida efetuar-se as conexões necessárias à conclusão do estudo.

Verificou-se, assim, que existem características da gestão gerencialista na narrativa das trabalhadoras entrevistados e que, portanto, a gestão gerencialista é campo de análise dos estudos acerca de trabalho imaterial e embelezamento físico. Além disso, foi possível confirmar, a partir das narrativas dos cirurgiões plásticos estéticos, que as características da gestão gerencialista estão presentes no dia a dia destes trabalhadores.

4.5 O ENTENDIMENTO DO QUE É EMBELEZAMENTO FÍSICO

Para responder ao objetivo específico deste estudo, que se propõe a verificar e analisar o que as trabalhadoras que efetuaram cirurgia plástica estética compreendem por embelezamento físico, foram analisadas as respostas às questões colocadas às trabalhadoras e aos cirurgiões plásticos relativas ao embelezamento físico. Desta forma, primeiramente é apresentado o que as trabalhadoras entendem por embelezamento físico. Após, são apresentados e analisados os artifícios de embelezamento físico utilizado pelas trabalhadoras. E, por fim, é analisado o que o cirurgião plástico entende por embelezamento físico. Lembrando que a opinião do cirurgião plástico serve para reforçar os achados nas falas das trabalhadoras e, muitas vezes, descortinar evidências para o estudo em questão. Compreender o que é embelezamento

físico para as trabalhadoras é fundamental para perceber a importância deste conceito na vida privada e profissional destas. Além disso, conhecer os artifícios utilizados por elas é uma forma de perceber que, em busca de um certo padrão de beleza física, as trabalhadoras recorrem às mais variadas formas de embelezamento, que vão desde fazer as unhas na manicure até uma cirurgia plástica estética.

4.5.1 Embelezamento físico na perspectiva das trabalhadoras que se submeteram a cirurgia plástica estética

Na Grécia Antiga, a beleza era associada a outras qualidades, como nobreza e justiça (ECO, 2010). A definição de beleza estaria associada a tudo aquilo que agrada aos olhos ou à beleza harmônica das partes do corpo (SARTWELL, 2004). A beleza, nesse período, refletia um aspecto mais amplo, associado à moral e ao caráter dos indivíduos. Essa concepção de beleza também foi encontrada na narrativa das trabalhadoras, Kiya reflete que é necessário estar bem em vários aspectos para nos sentirmos verdadeiramente belos.

Uma pessoa deve estar inteira para poder ajudar os demais. Assim como quando um avião despressuriza você deve vestir a máscara antes de vestir nos outros, assim é na vida. A principal pessoa de nossas vidas somos nós mesmos e devemos nos tratar bem. A confusão que as pessoas fazem é acreditar que ao nos valorizarmos não estaremos dando atenção aos demais, quando é justamente o contrário que acontece, quanto maior nossa autoestima, mais fortalecidos estaremos para atender ao próximo. (Kiya, p. 6).

Embelezamento físico eu acho que significa para mim... como é que eu poderia definir? Para a gente se sentir bem, eu acho que é necessário, sabe... tu tem que te sentir bem, tu tem que te sentir bela pra poder a tua cabeça e tal andar tranquila. Se você não se sente bem consigo mesma, sabe... e a beleza é uma delas, dessas coisas, psicologicamente tu fica meio abalado, sabe... aí tu entra naquelas neuras, como muita gente aí, sabe... como pessoas que eu conheço, que acaba entrando em depressão porque não se gosta. (Tiia, p. 10).

Nesse sentido, cabe ressaltar que, embora o conceito de beleza e o ideal de embelezamento físico tenham se modificado com o passar do tempo, concepções amplas relacionadas ao bem-estar geral de um corpo e uma alma ainda fazem parte do ideal de embelezamento físico das trabalhadoras entrevistadas. É nesse sentido que, para as trabalhadoras, "embelezamento físico significa basicamente bem-estar, eu tenho que estar bem

comigo. Meu corpo é a minha morada e eu preciso gostar dele, então, beleza para mim é eu me sentir bem, confortável dentro do corpo que eu habito" (Berenice, p. 5).

Importa ressaltar, nesse momento, que a narrativa de Berenice acima descrita aponta para algo que ocorreu em todas as entrevistas feitas com trabalhadoras que efetuaram cirurgia plástica estética: quando a trabalhadora começa sua narrativa sobre beleza, a mesma afirma questões muito pessoais relacionadas a busca pelo embelezamento físico – inclusive com a utilização de cirurgia plástica estética -, dessa forma, não é de imediato que a relação trabalho imaterial, gestão gerencialista e embelezamento físico se estabelece. O que ocorre, portanto, é que tais trabalhadoras chegam ao consultório convencidas de que aquilo que as move é exclusivamente relacionado a si.

Se uma vez a concepção de beleza era relacionada ao esplendor dos deuses, que não possuem as fraquezas morais humanas (LIVIO, 2008) – a beleza subliminar, divina e sobrenatural; as representações do belo eram encontradas nas Vênus, que evidenciariam perfeitamente a união da beleza humana com o belo subliminar (ECO, 2010) –, atualmente, há uma concepção de beleza relacionada a determinadas figuras públicas famosas que, por si só, seriam a representação do que é belo. É o caso da figura pública e top model Gisele Bündchen, que pode ser usada como exemplo do ideal de embelezamento.

Ah, eu admiro muito a Gisele Bündchen. Eu acho uma beleza natural. Uma beleza forte. E sem ser aquele padrão do nariz arrebitado, né? Da loirisse. Gisele Bündchen. E fora que ela tem uma personalidade. Porque não é só a beleza. A beleza depende muito da personalidade da pessoa. A personalidade aparece no físico. (Cleópatra, p. 5).

Os séculos XIX e XX têm por traço marcante a mercantilização e os avanços tecnológicos. E, como tudo passa a ser comercializado, é nesse período que a estética passa também a ser mercantilizada, já que ela está voltada inteiramente à produção de objetos para a venda e comercialização (ECO, 2010). Eco (2010) explica que, nesse período, a beleza passa a ser identificada através da beleza da mídia e da beleza do consumo comercial (ECO, 2010). O ideal de beleza que, uma vez, era expresso por corpos de formas mais rechonchudas, que representavam saúde e riqueza, passou a buscar a magreza, que, até então, era a representação da pobreza e da doença (SANT'ANNA, 2001). Segundo Brandini (2007), o padrão de beleza apresenta mulheres esqueléticas, de 1,80m, com rostos encovados. Desta forma, magreza se confunde com o que seria o embelezamento físico. Berenice (p. 8) resume essa questão: "olha, eu acho que, infelizmente, além da beleza física na sociedade, nós ainda vamos ter o estereótipo da mulher magérrima, alta, exótica". Essa valorização do corpo magro faz com que o ideal de

embelezamento físico passe por possuir um corpo magro. Nesse sentido, Eurídice (p. 8) afirma que "o que eu mais valorizo é a pessoa magra, eu acho que... eu não consigo ver uma pessoa gorda... eu não consigo relacionar uma pessoa gorda com saúde, sabe... eu não consigo relacionar uma pessoa gorda com desempenho, com produtividade, com organização". Destaca-se, nesse momento, a relação dita entre corpo magro e produtividade, desempenho – o corpo magro estaria mais adequado ao exercício do trabalho imaterial, pois desempenharia melhor seu papel e com agilidade.

Um corpo magro é, portanto, segundo as narrativas, diretamente associado a produtividade, desempenho e agilidade. Se considerarmos que as características pessoais são importantes e são utilizadas pela gestão gerencialista para o exercício do trabalho imaterial, temos que um corpo magro é característica intrínseca ao exercício do trabalho imaterial. Ou seja, para que a trabalhadora possa realizar da forma mais eficiente possível seu trabalho é importante e fundamental que seu corpo esteja adequado a determinados padrões de embelezamento físico, inclusive relacionados ao peso corpóreo.

Eurídice (p. 8), quando afirma acima que "eu não consigo ver uma pessoa gorda [...]", aponta para o que Bauman denominava como a cruzada, existente nos dias de hoje, contra a gordura corporal: mede-se, pesa-se e controla-se cada centímetro do corpo para que não possua "sobras" (2009, p. 125), em uma guerra travada entre a já mencionada gordura corporal e o corpo consumidor. Cleópatra dá a dimensão desse conflito ao repetir diversas vezes a palavra gordura, relacionando-a a algo ruim:

[...] **que tu não tenha gordura abdominal, né?** Porque a **gordura abdominal, além de ser esteticamente feio**, ainda demonstra a inflamação silenciosa que é doença, é patologia. Então, no meu padrão de beleza **tu não pode ter gordura abdominal**. Tu tens que praticar exercícios, para tentar uma musculatura não flácida, e isso tu pode manter. [...] A pessoa tem que se conservar no seu peso ideal, **sem gordura abdominal**, e com a musculatura menos flácida possível. Com a musculatura trabalhada. (Cleópatra, p. 7).

O corpo é inserido no novo mercado de consumo da sociedade líquido-moderna e assume um novo caráter com potencialidades relacionadas ao exercício do controle desse corpo pelos indivíduos (BAUMAN, 2009). Esse controle passa por dar-se conta de que é preciso mudar e achar uma solução, esforçar-se, empenhar-se para mudar. O extrato das entrevistas abaixo deixa clara essa ideia, ressaltado, nas palavras grifadas, que é do trabalhador e somente dele a responsabilidade por manter seu corpo em forma.

Porque eu sou gorda, porque não sei o que. Mas se tu, não sei... tá meio gordinha, **procura, vai atrás**, para de comer, **faz uma cirurgia. Acha solução para a coisa, né...** Não fica ali te queixando e não fazendo nada. Só que eu acho... no mundo, no nosso mundo, além da gente... é essencial a gente se gostar e ter uma beleza, além da beleza interior, a **beleza exterior, hoje é primordial isso**, a sociedade exige muito isso, né... Senão tu acaba sendo discriminado. (Tiia, p. 10).

[...] eu faço parte do R, e, esses dias, um rapaz... eles estavam... muito bem, vamos ver a idade de um, a idade de outro, aí um ficou todo sem graça. “Ah tia, posso te pedir a tua idade, tu fica chateada?” Eu disse: “pode”. Qual é o problema? Não tenho problema nenhum em dizer minha idade, eu disse, né... eu disse: X, ele disse: eu não acredito, eu disse: acredite, se quiser, ele disse: eu tenho vinte anos quase a menos que tu, ele disse: eu tenho quase vinte anos e eu tô mais detonado que tu, eu disse: bom, meu filho. **Tome uma atitude**, vá visitar o seu Fulano [cirurgião plástico]... Ah, é isso aí. (Tiia, p. 12).

Se o corpo do trabalhador é uma mercadoria de consumo, a incitação do desejo, e não a satisfação deste, seria o foco deste mercado (BAUMAN, 2009). Sendo assim, o corpo é incentivado e turbinado, numa busca sem limites pela boa forma. Dessa forma, o trabalhador, assumindo que se sentirá melhor com o novo corpo, submete-se a tudo para torná-lo melhor. A construção de padrões de embelezamento físico ocorre, segundo Mansano (2009, p. 72), através de "dispositivos de controle-estimulação". Tais dispositivos incidem sobre os corpos e ajudam a definir um padrão a ser seguido. O discurso é voltado inteiramente para a preocupação com a aparência do sujeito, que está sob constante vigilância e avaliação dele próprio e dos outros (MANSANO, 2009). O estímulo para participar desse processo massificante é inegável, pois não há como "resistir a ser o melhor" (GAULEJAC, 2007, p. 109). Nefertiti diz que "é, eu acho que é justamente essa questão de me sentir melhor, e aí parece que, quando a gente se sente melhor, a gente vê as coisas diferentes" (Nefertiti, p. 12). Dessa forma, com ideia de que é necessário modificar esse corpo para ser pleno, sentir-se bem, as trabalhadoras submetem-se a intervenções cirúrgicas. Seguem extratos de entrevista que clarificam essa ideia.

[...] porque imagina passar todos os dias te olhando no espelho e olhando, por exemplo, esse vinco que fica aqui, de bigode chinês, vulgo bigode chinês. Eu me olhava todos os dias no espelho e olhava assim... puxa... sabe... eu não tava gostando, e a primeira coisa que a gente faz quando acorda é se olhar no espelho, e daí tu já sai assim... poxa, bah, tô ficando velha, ai, que feio isso... Aí, então, no momento que aquilo ali some, que acaba, tu já acorda mais light. (Eurídice, p. 7).

Mudou profundamente a minha visão de mundo, eu me sinto mais poderosa. Não no sentido sedutor da palavra. Não, não é isso, mas no sentido de empoderamento, eu sou capaz. De qualquer coisa, entendeu? Eu mudei o meu corpo, que era uma coisa que eu queria. Então, eu sei, eu dei à luz. Fui mãe,

sou profissional. Tive coragem. **Mudei meu corpo para me satisfazer e isso me mostrou que eu sou capaz de fazer qualquer coisa**, cada vez mais eu tento me cuidar, não só por beleza, mas também por uma questão de saúde. Claro que a cirurgia plástica não interfere na tua saúde teoricamente, mas interfere na tua saúde emocional. (Berenice, p. 8).

A cirurgia plástica estética, segundo as trabalhadoras, é uma forma de modificar o corpo a fim de que ele se torne pleno. O corpo da trabalhadora necessita ser perfeito em todo o seu conjunto para que o mesmo possa usufruir de sua capacidade máxima, para que tenha toda a satisfação necessária. Ao afirmar "mudei meu corpo para me satisfazer e isso me mostrou que eu sou capaz de fazer qualquer coisa", Berenice (p. 8) acaba por fazer menção à ideia das infinitas capacidades que o corpo possui. Assim, o refinamento e melhoramento é essencial para que as trabalhadoras também alcancem sua capacidade total, inclusive no trabalho.

De acordo com o que dizem Lipovetsky (1983), Wolf (1992) e Sant'Anna (2001), o corpo portador de beleza física é magro e de aparência jovem, mesmo que para aparentar tais características seja necessária a utilização de disfarces habituais, como roupas e acessórios. Kiya resume em algumas palavras essa ideia quando afirma: "[o] corpo magro, mas forte, delineado, sei lá [...] O corpo tem que estar firme, estar funcionando, ativo. O corpo atual é um corpo magro em movimento, acho que é isso" (Kiya, p. 6).

Na tentativa de alcançar o padrão de beleza física vigente, são necessários diversos artifícios (LIPOVETSKY, 1983). Estes artifícios, segundo as trabalhadoras entrevistadas, fazem parte daquilo que seria considerado embelezamento. Ou seja, trata-se de um todo formado por um corpo magro, esbelto e forte, que seria apresentado segundo determinadas características que o tornam, portanto, embelezado.

Embelezamento físico seria uma corzinha de face. Não te apresentar com aquela aparência cansada, né? Tu tem que **aparentar saúde** e sem exageros. Claro que tu não vai fazer uma plástica de ficar com uma face paralisada ou esticada demais, mas uma pálpebra pra tirar aquele excesso que leva a uma aparência de cansada, isso é bem importante. E o corpo também sempre. Apesar que eu nunca precisei de lipoaspiração. Eu tenho a sorte de manter o meu peso. Desde sempre. (Cleópatra, p. 5).

Sinceramente, eu acho que é se arrumar bem, se vestir bem, tá com o cabelo bem arrumado, uma maquiagem. Eu acho que... na minha opinião... isso é embelezamento físico. Eu acho que é muito mais importante isso... se apresentar bem. Às vezes tu vê uma mulher sem maquiagem, o cabelo desarrumado, com uma roupa qualquer, tu acha que ela não é bonita, e ela se produz, ela faz uma maquiagem, arruma bem o cabelo, se veste tri bem, parece outra mulher. (Nefertiti, p. 8).

É um reflexo do aumento de autoestima que muitas vezes é desencadeado por um procedimento cirúrgico ou outras mudanças corporais. Se você cuida do corpo, faz academia, cuida da alimentação e tal, você está trabalhando em prol do embelezamento físico, e, às vezes, você precisa fazer uma plástica, para ajudar no todo, não é? Sempre bom completar o ciclo. Porque nem sempre você nasce perfeito, mas você pode melhorar aquilo que está ruim com o tempo. (Tiya, p. 4).

Os artifícios de embelezamento que compõem o ideal de beleza das trabalhadoras abarcam dietas, roupas adequadas, exercício e maquiagem (BRANDINI, 2007; BORDO, 2000). Há também a utilização da farmacologia, medicamentos e suplementos que oferecem tratamentos para emagrecer, intensificar o desempenho, reduzir o crescimento ou aumentá-lo (DAGOGNET, 2012). Ressalta-se a opinião de Cleópatra (p. 5) quando a mesma afirma que “tu tem que aparentar saúde”; essa “aparência saudável” tem a ver com a ideia que associa magreza e saúde, mesmo que, por vezes, o corpo magro não seja saudável. Verificou-se, também, a menção ao esporte; segundo Mendes (2007), a imagem do atleta seduz e leva o sujeito a imaginar-se bonito e saudável por este meio. Abaixo, os extratos de entrevistas são essenciais para que se compreenda a dimensão dos artifícios de embelezamento utilizados pelas trabalhadoras entrevistadas.

Eu gosto de me arrumar bem, eu ando sempre extremamente elegante. [...] As pessoas elogiam sempre a maneira como eu me visto, de uma forma assim mais clássica, mais elegante. (Cleópatra, p. 4).

Olha, a gente se veste... a gente **tá sempre bem vestido**, assim, mas nada muito social, é uma roupa do dia a dia, que não chega a ser mal vestido, mas também a gente não tá vestido muito chique. Sabe? É meio termo... Os estagiários, eles às vezes abusam, assim, eles usam **bermuda, usam regata, que não é apropriado**. Mas a gente deixa porque o calor é muito forte. Muito intenso aqui no verão, né? (Eurídice, p. 3).

Olha, eu nunca deixo. Por exemplo, antes de dormir, eu **faço minha limpeza de pele** [...], de manhã eu faço o procedimento idêntico, sabe... passo o nutritivo, passo o protetor... todo aquele ritual e eu já habituei, eu faço isso automático, né... Então, eu não sei sair, eu posso tá em casa fazendo... limpando a casa, que eu **vou tá pintada**. Eu caio da cama, tomo banho e vou me pintar. Ponto. Porque é um hábito, **tu cria esse hábito e é um hábito bom, né...** Porque tu te sente bem e tal...[...] então eu, por exemplo, eu **fazia pilates, academia**, quando dava eu **caminho** final de semana, **Yoga**. São coisas que te ajudam bastante, né. [...] mas a **unha** eu fazia [...] o **cabelo também** [...] Tu tem que manter né... **a tua aparência é tudo**, né... Então, eu tinha uma vez por semana cabelo, uma vez por semana unha, né... e depois, claro, eu tinha... eu fazia **massagem**. (Tiia, p. 11).

Ah, **exercício** sempre. Eu sempre fiz exercícios na vida, ou **musculação**, ou **natação**, ou **aeróbica**, ou **dança**. Eu acho que é como eu falei antes, um dos pilares antienvelhecimento é o exercício. O ser humano não nasceu pra ficar sedentário, tá? (Cleópatra, p. 5).

Cabelo... a gente cuida de cabelo. Eu **faço alisamento**. Não... ah, **progressiva**, a escova progressiva. Tenho os cuidados, né? Um **bom shampoo, um bom condicionador**, os cuidados com o cabelo, né? Pele. Então, eu uso um **bom creme**. Tu quer saber o que eu uso? Eu **uso vitamina c pura**, e o **hormônio bioidêntico** eu passo na pele também. Passo no rosto. (Cleópatra, p. 5).

Eu tenho horário... Faço **unha** semanalmente, faço pé, eu faço procedimento com **podólogo**. Faço **cabelo**, mesmo que eu lave o cabelo em casa, eu não seco naturalmente, eu seco com secador, utilizo o secador ou chapinha. Tudo isso eu faço. Uso **creme**, uso **hidratante**, tudo isso. (Berenice, p. 5).

Sim. Assim, eu vou falar por mim. Eu nunca saio sem estar **maquiada**. Sempre tenho um cuidado com **a pele**. E principalmente de dentro pra fora, **os nutrientes**, tudo que possa melhorar em termos de saúde, vai melhorar a tua aparência. Uma cirurgia plástica, quando necessário, mas sem exageros. Para manter uma aparência natural, descansada, harmônica. (Cleópatra, p. 5).

Eu tento fazer de tudo um pouco, **malhação, dieta, cuidados com corpo, cabelo**, eu cuido da minha alimentação, eu **tomo suplemento vitamínico** pra melhorar a pele, eu tento ter uma vida saudável, né... Não tentar me expor tanto no sol, apesar de fazer um esporte que tem que ficar sempre no sol, mas eu tento usar **protetor solar**. Enfim, faço **academia**, tento não engordar e quando tem alguma coisa que eu não gosto eu arrumo um cirurgião plástico. (Eurídice, p. 5).

Verifica-se, portanto, que os artifícios de embelezamento utilizados pelas trabalhadoras são inúmeros: dieta, cuidados com cabelo, protetor solar, uso de suplemento vitamínico, pedólogo, cuidados com unhas, uso de cremes para corpo e rosto, cuidados com a roupa – que significa estar bem vestido – e maquiagem – que significa estar sempre com uma aparência descansada e jovem –, exercícios físicos como pilates, aeróbica, natação, dança, caminhadas, academia e yoga. “Cuido o cabelo, uso creme no rosto, sempre protetor solar, creme no corpo. Faço hidratação no cabelo. Peeling eu ainda não fiz, mas esse ano já tô pensando em fazer” (Nefertiti, p. 9). “Ah, sim, creme de qualidade, o cabelo eu corto, mantenho escovado todo dia e faço pilates três vezes por semana, caminho final de semana. Faço botox de vez em quando também” (Kiya, p. 4).

A ampla utilização de diversos produtos relacionados ao embelezamento físico vai ao encontro dos dados divulgados pela ABIHPEC acerca do tamanho da indústria de higiene e beleza brasileira e do IBGE acerca da produção e consumo de produtos de perfumaria e higiene pessoal, confirmando que, no Brasil, a preocupação com beleza é suficiente para ser o mercado que menos teve queda durante a crise dos últimos anos. Além disso, a preocupação com cabelos e unhas aponta para uma crescente utilização de salões de beleza, dado oferecido pela JUCERGS que confirma o crescimento deste setor específico no estado do Rio Grande do Sul.

Tais artifícios são utilizados enquanto o corpo não se modifica a ponto de eles não funcionarem mais e o trabalhador necessitar de procedimentos cirúrgicos. Para alcançar o corpo perfeito, o sujeito aproveita ao máximo as tecnologias de transformação do corpo, tais como a cirurgia plástica estética (DAGOGNET, 2012). Esticar a pele que se tornara flácida, apagar cicatrizes e deixar a epiderme lisa são os resultados dessa prática (DAGOGNET, 2012). As cirurgias plásticas são utilizadas, portanto, como novos artifícios pela busca do embelezamento físico ideal (LIPOVETSKI, 1983; BRANDINI, 2007). Bordo (2000) afirma que as novas tecnologias e a cirurgia plástica confirmam a ideia de que a beleza física pode ser mercantilizada e negociada (BORDO, 2000).

Bom, eu já usei muito né... Os procedimentos estéticos do meu amigo Ramsés, né... Ajudar nas... **puxa aqui, puxa ali um pouquinho**, mas eu desde cedo, eu sempre tive... Quando começou, eu acho que eu tinha uns quarenta anos, trinta e poucos, quarenta, e o Ramsés disse: não, acho que está na hora, sim, de tu dar uma puxadinha. Aí eu fiz e agora de novo, daí eu fiz a do rosto, depois eu fiz a abdominal. Esse eu acho que faz o quê? Fazia acho que uns dez anos, graças a deus tá bonitinho ali, olha... perfeito. **Fiz a abdominal**. Que mais que eu fiz? Eu acho que foi isso que eu fiz, deixa eu ver... É, porque braço eu não fiz, é eu **fiz rosto duas vezes e fiz abdominal** e fiz uma vez... Ah, não, e agora quando... um pouquinho antes de fazer o... acho que foi uns seis meses **antes do rosto, eu fiz as costas**... Ah, eu fiz a... Ai, eu sabia que eu tinha... Eu **fiz o seio**, eu tinha o seio um pouquinho grande, e tu sabe que com a idade ele... a tendência é cair, né... Então mostrei pro Ramsés, ele disse: não, vamos fazer. (Tiia, p. 12).

Eu fiz com dezoito anos... eu fiz nariz. **Fiz rinoplastia**. Depois como eu estava casada com um cirurgião plástico, bom, eu não sei... Essa minha segunda cirurgia eu não entendi muito bem, mas foi orientação do meu cirurgião plástico. Ele fez uma **ritdoplastia**, que seria preventiva. [...] Depois... o que mais que eu fiz? **Fiz pálpebra**. Primeiro eu fiz a pálpebra inferior. Recentemente, faz uns dois anos, eu fiz a superior também. Ah, depois de quatro filhos eu fiz **o abdômen**. Fiz **abdominoplastia**. Porque eu fiquei com estrias no abdômen e junto com o abdômen eu **coloquei o silicone na mama**. Fiz também para **remover as manchas da idade das mãos**. Faz o que? Uns três anos fiz aquela cauterização das manchas. (Cleópatra, p. 5).

Eu costumo fazer **botox**, a cada seis, sete meses eu faço botox e eu já fiz **plástica nos olhos**, também coloquei **silicone nas mamas**, era um problema que eu tinha comigo. Isso, porque meu seio era extremamente pequeno. (Berenice, p. 5).

Já fiz plástica. Coloquei **prótese**. **Fiz cirurgia no nariz**. Porquê... até na empresa que eu entrei... isso foi em 2006... eu não tinha nenhum tipo de procedimento estético ainda, não julgava isso tão importante. Mas claro, me arrumava bem, me preocupava com a aparência, sim, porque eu ia pra academia, eu me cuidava, mas sem procedimento invasivo. Aí depois, sim. (Nefertiti, p. 8-9).

Fiz uma **rinoplastia** aos 17 anos, antes de entrar na Faculdade, nas férias, porque meu nariz era enorme, não gostava e queria mudar. Fiz uma

mastopexia aos 24 anos porque perdi muito peso (cerca de 15 kg) e as mamas caíram, então eu reduzi e subi as mamas, fiz nas férias da faculdade, também, fiz porque aquilo estava me incomodando. Depois fiz a **prótese mamária** aos 27 anos porque achei que as mamas tinham ficado muito pequenas, coloquei silicone nos seios, então, e... ah, fiz o **retoque de rinoplastia** aos 29 anos, fiz porque o nariz ainda precisava de algum ajuste, sei lá, perdi muito peso e não estava com o rosto harmônico. Pouca gente notou esse retoque, fiz nas férias também, mas logo em seguida estava trabalhando, não parei muito, sabe. Fiz para finalizar tudo, fiquei com o corpo que eu queria depois disso, gostei muito. (Kiya, p. 4).

Tá, eu fiz uma **lipoaspiração no abdômen** quando eu tinha 18 anos. Eu fiz uma **outra lipoaspiração** depois da gravidez porque eu fiquei com um pouquinho aqui. Também... essa depois da gravidez envolveu o **abdômen e um pouco das costas aqui**, mas só nessa região do corpo. Aqui, do tronco e, quando eu tinha 40, quando eu entrei no DDD [local de trabalho] em 2006, naquele ano, em 2006, eu **fiz uma dos olhos** porque eu tava ficando com umas bolsas aqui embaixo dos olhos, isso até eu acho que é um pouco genético. Porque meu pai também fez. Sabe... E as pessoas já olhavam pra mim e perguntavam assim: o que aconteceu? Sabe... Te machucou? Sabe... As pessoas já estavam achando, assim, estranho, já estavam reparando, aí eu puxei aqui embaixo dos olhos e em cima dos olhos, só essa região aqui, e agora este ano, com 47 anos, eu **dei uma puxadinha na lateral do rosto**. (Eurídice, p. 6).

Ainda sobre os artifícios de embelezamento mais específicos, tem-se o uso de procedimentos não cirúrgicos, como o botox. Os procedimentos cirúrgicos utilizados relatados dão conta de: lipoaspiração, rinoplastia (cirurgia de nariz), ritdoplastia (cirurgia de face), implante de próteses mamárias (silicone), abdominoplastia (cirurgia de abdômen), blefaroplastia (cirurgia da pálpebra), redução de mama e mastopexia (cirurgia para corrigir mamas caídas). Esses procedimentos são considerados pela SBCP como os mais efetuados no Brasil. Verifica-se, ainda, que tais procedimentos, muitas vezes, independem da idade das trabalhadoras entrevistadas, ou seja, a preocupação em melhorar o corpo a fim de que se amplie suas capacidades existe desde muito jovem.

Sant'Anna (2001) afirma que há uma hipersolicitação do corpo, que provoca uma corrida eterna em busca da juventude. Na mesma linha, Brandini (2007), ao tratar da estética do corpo, diz que as ideias de saúde e de juventude são premissas diretamente conectadas à beleza. Por esse motivo, a trabalhadora tem uma preocupação constante em manter-se jovem, "porque com a idade a gente vai tendo outras preocupações também, né? Porque quando a gente é mais nova a pele tá sempre linda, a juventude, ela traz alguns benefícios, que não precisa se preocupar muito, mas com a idade tu precisa se preocupar" (Nefertiti, p. 9). Tia complementa a discussão sobre envelhecimento afirmando:

Eu também quero envelhecer, só que eu quero meu rosto no lugarzinho, bonitinho. Se eu puder fazer uma plástica eu vou fazer e me manter bem comigo mesma. Não quero aquelas rugas todas, que tu não consegue nem passar um creme, né... Eu disse: então, eu sempre pensei assim ó: ah, eu vou fazer porque eu me sinto bem e eu acho que as pessoas também se sentem bem te olhando, né... A tua aparência estando melhor, né... Então, eu acho que a cirurgia plástica é... eu acho essencial tu fazer. Acho que só não faz quem tem medo de fazer porque eu incentivo bastante, eu acho que deve fazer. (Tiia, p. 14).

O corpo adquiriu uma nova importância, pois numa sociedade vinculada a imagens, o sujeito passa a ser definido pela aparência (NOVAES, 2011). Transformar o corpo de forma a adequá-lo ao trabalho parece também ser a nova moda; por conta disso, o corpo nunca foi tão examinado e controlado. Dessa forma, possuir um corpo magro e saudável é uma moda que chegou para ficar (NOVAES, 2011). Eurídice, ao relatar sua própria vida, evidencia que se preocupar com saúde e beleza é tão importante quanto a preocupação com outros aspectos da vida.

Beleza pra mim é importante, sabe? Eu cresci numa época onde a filha era muito incentivada a ser modelo, ou ser manequim, ou ser bonita. É daquela época que a gente era incentivada a ter um bom casamento e não a ter uma boa profissão, entendeu... nem todas né... mas... Poxa, eu tô falando... Eu tô com X anos de idade, né... Então, assim... tem bastante tempo [...] **Eu me preocupei muito com beleza e com saúde, né... com saúde e a beleza e tal**, então eu comecei a fazer cirurgia desde os 18 anos, a minha primeira lipoaspiração que eu fiz, e eu sempre achei importante isso, eu me achar bonita, me sentir bem. (Eurídice, p. 5).

A sociedade atual gera um novo tipo de caráter; no empenho em reduzir qualquer ansiedade, evitar qualquer sobressalto, todo mundo acaba se tornando basicamente igual (SENNETT, 2012). Na tentativa de ser mais igual que os outros, os sujeitos submetem-se, portanto, a gostos e padrões de beleza física homogeneizantes; por este motivo, todas as trabalhadoras entrevistadas pensam da mesma forma, possuem o mesmo conceito de embelezamento físico, fazem as mesmas atividades e usam os mesmos artifícios em prol de alcançar ou manter determinado padrão.

Se cada trabalhadora deve a seu corpo cuidado e, ao negligenciar esse dever, sentir-se á culpada, é desta trabalhadora a obrigação de manter-se dentro do padrão de embelezamento físico. Se qualquer imperfeição no corpo é culpa da própria trabalhadora, o alcance da perfeição também depende dela. Dessa forma, eliminar qualquer insatisfação física ou mental torna-se

uma necessidade urgente da sociedade líquido-moderna. Prevenir-se, manter-se jovem, possuir um corpo sempre saudável, seja através de dietas, roupas, maquiagens ou cirurgias deve ser uma busca de todos (SENNET, 2012; COUTO, 2007). Moldar e modificar o corpo é condição necessária "para me sentir melhor, para trabalhar melhor, pelo meu trabalho, também, para parecer mais jovem, né?"(Kiya, p. 5).

Para ser o mais eficiente possível, de não ser deixado para trás, de não ser substituído (COUTO, 2007), é necessário antever-se aos problemas. A proatividade, característica marcante do trabalhador em contexto de trabalho imaterial, faz-se presente quando esse antevê o problema da idade e realiza uma cirurgia plástica antes que o problema se torne insolúvel. Dessa forma, estar atento ao seu corpo para consertá-lo assim que necessário é de suprainportância:

Ah, eu fiz porque achava que tava na hora e eu como, né... disse: não vou deixar cair tudo pra depois tentar remediar, não, eu sempre **sou daquelas de fazer antes que a coisa aconteça**. Depois que caiu tudo, não adianta mais correr atrás, né? Então, como prevenção, e sempre trocando uma ideia com o Ramsés e o Ramsés também concordava com isso, então eu fui fazendo. (Tiia, p. 12).

Desta forma, compreender qual é o padrão de embelezamento físico e fazer o possível para segui-lo é necessário. "Nos dias de hoje, tu corta, tira o excesso, põe fora, ou aumenta, injeta gordura, sei lá, tu faz o que for possível para ser mais bonita sempre" (Kiya, p. 6).

4.5.2 Embelezamento físico na perspectiva dos cirurgiões plásticos entrevistados

Na tentativa de enriquecer a análise já efetuada acerca do que as trabalhadoras entendem por embelezamento físico e quais artifícios utilizados por elas para alcançá-lo, esta seção expõe a visão do médico cirurgião plástico acerca do que seria embelezamento físico. Para tanto, foi questionado aos cirurgiões plásticos entrevistados o que, para eles, significava beleza. Suas reflexões partiram de ideias místicas da beleza (ECO, 2010) – "pois é, o que é o belo, né? O belo é uma coisa que tu vê e não consegue explicar. É belo. Você não sabe explicar o que é o belo, beleza. A harmonia das formas. Enfim, né? Acho que é isso" (Amenófis, p. 5) – até a beleza geométrica, relacionada às associações matemáticas e à proporção áurea (ECO, 2010; LIVIO, 2008).

A beleza é a beleza matemática, né?! Não tem o que discutir, matemática não se discute, se calcula, e realmente, ela é matemática. Deixa eu só te mostrar aqui. Então eu pego uma pessoa antes, calculo o que tá errado nela e já vejo como ela pode ficar depois. Bom, aqui é a pessoa antes, e aqui é a pessoa depois. Por exemplo, essa aqui, antes e depois. Então, só usa a matemática aqui, é tudo calculado, é tudo medido milimetricamente. E isso eu faço de verdade, quando ela vai fazer a cirurgia, eu faço um desenho da pessoa, de como ela vai ficar depois. Então, em cima do desenho, eu mostro como ela é e como ela vai ficar. E antes da cirurgia ela vai ver se ela gosta. (Rudanon, p. 6).

A dicotomia entre o feio e o belo, evidenciada em diversas culturas, também aparece de uma nova forma. Se, uma vez, as figuras feias eram símbolos que ensinavam sobre vícios e virtudes, pois as imagens “deformadas” e “bestiais” causavam perturbação e incômodo ao “associar-se ao Diabo, ao inferno, à maldade” (ECO, 2010, p. 133), e o feio era retratado como mau, assim como o belo sempre era retratado como bom (PAIVA; SODRÉ, 2014), atualmente, outras formas de feiura são ressaltadas: a velhice, por exemplo, como afirma Seti.

[...] velhice eles confundem com feiura, juventude se confunde com beleza. Na verdade não é uma confusão, na verdade é identificada a beleza, a beleza grega, assim, aquela que te encanta, né, tá associada à juventude, a queda dos tecidos leva à feiura, leva, quer dizer, é um sinal da velhice, é um sintoma da velhice, é uma decorrência da velhice, e também é identificada como feiura, ela se olha no espelho e não vê mais aquela criança, aquela jovem, aquela moça, aquela mulher, ela começa a ver os pais, ela começa a ver os pais que ela sempre identificou como pessoas velhas. (Seti, p. 3).

Isso, é, isso é uma das coisas que se acredita que tem no nosso olho, né, que nosso olho identifica as proporções áureas no corpo das outras pessoas, então, então pode ser que o nosso olho, a gente não sabe explicar, a maior parte das pessoas não conhecem proporção áurea. (Seti, p. 10).

Simetria também está ligada à beleza. Juventude tá ligada à beleza, e simetria tá ligada à beleza, talvez simetria até mais aquela beleza clássica, assim, de olhar um rosto assim e tomar um susto de tão bonito que é, né. Aí tá mais ligado talvez à simetria do que à beleza, a juventude também, é um tema bom isso aí. (Seti, p. 10).

Segundo Eco (2010, p. 264), “belo é aquilo que agrada de maneira desinteressada, sem ser originado por ou remissível a um conceito: o gosto é, por isso, a faculdade de julgar desinteressadamente um objeto [...] mediante um prazer ou desprazer; o objeto deste prazer é que definimos como belo”. O belo passa naturalmente a sensação através da contemplação – como uma obra de arte, tal ideia ficou clara na narrativa de Ramsés, que vai além e afirma que

beleza é importante e é essencial na nossa sociedade, e que tudo relacionado à beleza é valorizado.

Não, é porque eu olho e vejo que é uma forma única, só isso. Então, mas tu quer ver como a beleza é tão valorizada no mundo, que a coisa mais valorizada que tem, tu não vai achar nada no mundo, por exemplo, que custe uma lona de 70X50, quanto custa um pedaço de lona de 70X50, 70X60, 500 milhões de dólares, a Mona Lisa. E assim outros quadros, 100 milhões de dólares, 120 milhões de dólares. O que é que é, um pedaço de lona com um pouquinho de tinta em cima? Mas por que vale tanto? Porque o mundo inteiro sabe que aquilo ali é beleza, é arte, é, mesmo, já é clássico que os roqueiros famosos são multibilionários, que os músicos famosos são ricos, por que? O que é que eles fazem? Uma coisa bonita, um som, uma imagem, não é o cara que inventou a anestesia, que é muito mais útil, não é o cara que inventou um novo jeito de plantar batata, não, é aquilo que faz tu ficar mais bonita ou o que faz uma coisa bonita. Então, a beleza, todo mundo valoriza. (Ramsés, p. 10).

Beleza é essencial, é importante e para não ficar feio, envelhecido, fora de forma e flácido; é preciso trabalhar em prol da autoestima, de si mesmo. É necessário se cuidar, e o embelezamento das trabalhadoras passaria, portanto, pelos cuidados com "cabelo [...], maquiagem, roupa, essas coisas, né?" (Akhenaton, p. 5). Além disso, as trabalhadoras "vão pra academia, começam a própria drenagem linfática. [...] A alimentação [...]. Não só o procedimento cirúrgico. Mas pra fazer uma mudança de vida mais global" (Meritanon, p. 3). De forma a ilustrar a importância da beleza na vida em geral do trabalhador, Amenófis relata que:

[...] por exemplo, a pessoa perde um dente, se perde por uma infelicidade um dente, o que tu vai fazer? Vai correndo no dentista arrumar o dente... Vai chegar uma época que a pessoa não vai se sentir bem pelancudo, caindo e tal, a gente pode envelhecer, mas pode envelhecer um pouco melhor, com dignidade. Pode ter sessenta anos, mas ter um aspecto de uma pessoa de meia idade, né? A pessoa que está operada, bem tratada, a pele bem cuidada, então as pessoas têm que se perder na idade dele, não sabe se tem trinta, se tem quarenta, se tem cinquenta. O importante é que a pessoa diga: pô, tá super bem, que idade tu tem? Ninguém sabe a idade dele. As pessoas têm que se perder na idade dele, nem saber... Não, ele tá bem e tal, né... É um adulto, mas tu não sabe a idade, ou as pessoas têm que olhar e... Pô, o que o Fulano... o que a Fulana faz que não envelhece nunca... Tá cada vez mais bonita. Então, isso aí que eu acho que é o mais importante. A pessoa tá se sentindo mal, e então a cirurgia plástica consegue deixar ele melhor, mais feliz, e ela trabalha melhor, mais disposta. (Amenófis, p. 6).

Dessa forma, compreende-se que o embelezamento é importante e necessário, "e todo mundo quer ter o direito de ficar bonito, e a cirurgia plástica se populariza muito, porque há

muito tempo custa a mesma coisa uma cirurgia" (Meritanon, p. 5). Portanto, se o embelezamento é importante, e os artifícios usados para alcançar esse embelezamento estão disponíveis e cada vez mais popularizados, conforme as entrevistas realizadas com as trabalhadoras que fizeram cirurgia plástica estética e os cirurgiões plásticos evidenciam, não há motivos para que o trabalhador não se esforce e alcance o padrão de embelezamento físico.

4.6 A CIRURGIA PLÁSTICA ESTÉTICA E SUA RELAÇÃO COM O TRABALHO IMATERIAL

Para responder ao último objetivo específico deste estudo, que se propõe a verificar e analisar se e como as trabalhadoras que efetuaram cirurgia plástica estética relacionam a operação realizada com o seu trabalho, foram analisadas as respostas às questões colocadas às trabalhadoras e aos cirurgiões plásticos, relativas ao trabalho e ao embelezamento físico. Observa-se, assim, a questão do embelezamento físico, principalmente da cirurgia plástica estética, e sua relação com o trabalho e, por fim, na tentativa de ratificar a análise efetuada, observa-se também por que e como a cirurgia plástica estética é importante para o trabalho.

4.6.1 Da passagem dos artifícios de embelezamento físico mais simples à cirurgia plástica estética

Pesquisas feitas por Hamermesh e Biddle (1994), Leist (2003), Hamermesh e Parker (2005), Morris (2007), Grisci (2008), Harper (2008), Fletcher (2009), Batista (2011), Casaca (2012) e Grisci et al. (2014) traçaram discussões concernentes ao embelezamento físico e trabalho. Neste estudo, aprofundou-se a questão com discussões relativas à prática da cirurgia plástica estética, que, como já visto anteriormente, é, sim, uma forma de embelezamento físico utilizada por trabalhadoras na tentativa de garantir ganhos futuros relacionados ao trabalho. Deste modo, a partir de agora são analisadas as respostas para verificar como essa relação acontece.

Hamermesh e Biddle (1994) efetuaram o primeiro estudo econômico nos Estados Unidos com o objetivo de relacionar beleza física e mercado de trabalho. Em resumo, os autores verificaram que pessoas bonitas ganham mais que pessoas feias. Fletcher (2009) verificou que

os mais atraentes ganham entre 5% a 10% mais do que os menos atraentes. Hamermesh e Parker (2005) afirmam que os estudantes prestam mais atenção aos professores considerados mais bonitos. Além destas pesquisas, as divulgações encontradas em revistas e jornais de grande circulação dão conta de informar aos trabalhadores que os leem que, sim, tais pesquisas estão corretas e que, portanto, é importante estar bonito, estar arrumado e com o corpo em forma para o trabalho. Desta forma, todas as trabalhadoras entrevistadas consideraram importante o embelezamento físico para o trabalho, mesmo aquelas que pensaram esta relação de forma indireta, tal como Berenice e Eurídice:

[...] eu acho que embelezamento... O teu corpo é a tua morada, então, se tu não estiver se sentindo bem, o não se sentir bem vai acabar influenciando, sim, na sua vida profissional. Eu não digo que a pessoa precisa ser bonita pra se dar bem ou pra subir na carreira, não é nada disso, mas é... Se a gente não está feliz com a gente, a gente não está bem, não está se gostando, enfim... **Eu acho que isso acaba influenciando negativamente no teu desempenho profissional**, e mesmo com as relações pessoais, que tu começa a te encolher, a sentir alguns constrangimentos, então por isso que **eu acho que ela é importante**. (Berenice, p. 5).

Indiretamente sim... né... porque no momento que tu te sente bem consigo e tu tá feliz com a tua pessoa e a tua autoestima tá mais né... alta... tu tá melhor, tu trabalha bem, eu acho que tu tem né... um desenvolvimento melhor, não sei, tu trabalha mais feliz. (Eurídice, p. 5).

Berenice, embora inicialmente dissesse que a pessoa ser bonita não influenciaria na carreira, admite no final que o embelezamento é importante. Tal narrativa corrobora a perspectiva de que a relação entre trabalho e embelezamento físico não se dá de forma imediata. As trabalhadoras acreditam logo que chegam ao consultório que o motivo de fazer a cirurgia plástica estética é exclusivamente pessoal. No entanto, a partir deste momento, as narrativas mostrarão que o trabalho destas influencia para que as trabalhadoras recorram a procedimentos estéticos. O embelezamento físico se mostra como desejo do indivíduo, mas é o processo de produção deste desejo que importa ser esclarecido. Isso se dá pela gestão de si, que condiz com o trabalho imaterial, por meio, também, da gestão do corpo (GAULEJAC, 2007; GRISCI, 2008)

Leist (2003) estudou as relações entre saúde e beleza física. Ele afirma que a busca pela beleza física atrelada à utilização de técnicas invasivas, como a cirurgia plástica, pode pôr em risco a saúde (LEIST, 2003). No entanto, a correlação entre saúde e beleza é feita diretamente. No caso de Cleópatra, médica que busca a saúde de seus pacientes, essa relação é evidente. E a relação entre embelezamento "com o trabalho? Sem dúvida. Principalmente quem trabalha com pessoas. Eu acho que tu ter uma aparência desleixada é uma falta de respeito com as pessoas que tu atende. É essencial" (Cleópatra, p. 5). Cleópatra exemplifica essa relação:

Como eu te falei, a aparência no meu trabalho é essencial, né? Então, um paciente onde eu faço antienvelhecimento, o paciente não pode chegar e achar que eu tenho dez anos a mais do que eu tenho. Eu tenho que parecer que eu tenho dez anos a menos do que eu tenho. Senão eu não convenço ninguém. Então pra mim é essencial esses retoques. O corpo a gente cuida pela alimentação. Pela nutrição. Não tem como frear o tempo, por mais que tu faça, não tem como não envelhecer. Todo mundo envelhece. Então os **retoques naturais são necessários**, né? (Cleópatra, p. 6).

Ah, é fundamental. É fundamental. Porque se um paciente chega no consultório e vê um médico gordo, obeso, envelhecido e cheio de rugas, nunca vai acreditar no meu trabalho, então eu tenho que fazer exatamente o que eu oriento o meu paciente. Claro que a parte de cirurgia plástica, quando bem orientada ajuda muito, né? É fundamental para mim a aparência. (Cleópatra, p. 3).

Fica evidente na narrativa de Cleópatra o esforço efetuado para se manter dentro dos padrões de embelezamento físico, cuidando da alimentação, da nutrição, por exemplo. Além disso fica evidente a disponibilidade total para o trabalho quando há entrega do próprio corpo como elemento de rentabilização. No entanto, como o corpo não cessa de envelhecer, a cirurgia plástica estética aparece como um "retoque natural" necessário. Necessário para a adequação aos padrões de embelezamento físico e necessário para seu trabalho. O corpo não é menos regulado por conta dessa nova submissão imposta pela gestão gerencialista no trabalho imaterial, pelo contrário, ele é ainda mais regulado. No entanto, se, um dia, essa regulação vinha da sociedade em geral ou das empresas, hoje quem regula o corpo de cada um é o próprio trabalhador (BAUMAN, 2009).

Além da preocupação em construir e modelar seus corpos para o trabalho, algumas entrevistadas dão conta de suas ideias a esse respeito. Foi falado, por exemplo, por Nefertiti, proprietária de uma empresa de seleção, que o embelezamento importa na hora de ela fazer a seleção. Seguem as narrativas para compreensão.

Eu acho que principalmente no caso da empresa de recrutamento e seleção, como se lida muito com empresas, eles olham muito essa questão de como estar vestida, como se comporta. Até com a forma de falar. Eu vejo isso como uma certa questão que passa um pouco de seriedade. Então, sem dúvida, eles avaliam como a pessoa está vestida, como ela fala. Como ela se comunica, eu acho que é importante sim. (Nefertiti, p. 5).

Eu acho que foi, sim, um pouco importante. Eu acho que eu não pensei só na questão beleza. Eu avalei um contexto um pouco maior, como a pessoa se comunicava, como ela falava. Mas como ela estava vestida eu avalei sim, eu

observei isso, eu não queria ninguém que usasse um decotão assim, que expusesse demais o corpo. Mas, sim, que se vestisse legal, que fosse bem apresentada. É complicado falar em bem apresentável, né? Mas, enfim... com o cabelo bem arrumado, com uma roupa mais ajeitadinha. Com uma maquiagem. (Nefertiti, p. 5).

Eu acho que tem. Eu acho que as pessoas ainda valorizam muito a aparência física. Elas acham que estar bem arrumado, ser bonito, ela passa uma questão de mais segurança. Mais poder. Eu tive muito essa impressão. Principalmente quando eu trabalhei na empresa. Embora... principalmente eu acho que isso acontece com as mulheres... talvez eles escolham inicialmente quem é mais bonito, está bem arrumado, mas pra ti se manter neste cargo depois, principalmente cargos estratégicos, tu tem que provar muito mais do que os homens bonitos, que tu realmente tem condição de estar ali, que tu é capaz de fazer aquele trabalho e que não é só aparência física ou beleza. Mas tem um grau de intelectualidade que precisa pro cargo. (Nefertiti, p. 8).

Na área da empresa de recrutamento e seleção, sim, a gente pensa. Ah, dependendo do cargo, ah, não posso mandar porquê... ah, ela não tinha um dente. Ou ah, olha o sorriso dela estava todo torto ou ela tinha um cheiro assim, um cheiro assado, a roupa dela não estava legal. Dependendo do cargo a gente infelizmente ainda fala: ah, ela não era bonita. Às vezes a gente, por exemplo, teve um caso na semana passada. A gente precisava contratar uma secretária executiva. Foram várias meninas lá. E algumas eram muito bonitas, mas eram gordinhas. E a gente sabia que pra aquele cargo não dava, porque ela fica em evidência e, claro, a gente avalia também o que o gestor, enfim, o chefe, a pessoa que abriu a vaga quer dessa pessoa. Então, às vezes eu tô com uma menina superinteligente. Ela é bonita de rosto e tal, mas ela é muito gordinha. Muito gordinha. Aí eu sei que eu não posso mandar, infelizmente, para essa empresa. Então, a gente fala sobre isso sim. Fala. Ou, por exemplo, ela era superbonita, mas não passou um batonzinho, ou um rimelzinho. Ela estava com uma cara de quem acabou de acordar. Então, a gente sabe que, dependendo da aparência como ela apresentou, eu não posso mandar pra algumas empresas. Algumas aceitam, mas cada pessoa, cada empresa, ela tem uma cultura arraigada ali já. Então, dependendo da característica da pessoa, mesmo que ela seja inteligente, tenha vários requisitos, se ela não tiver uma aparência legal, não. (Nefertiti, p. 6).

Nefertiti utiliza, muitas vezes, a empresa de recrutamento e seleção como forma de exemplificar o que acontece relacionado ao embelezamento físico. Segundo as narrativas de Nefertiti acima relatadas pessoas consideradas mais bonitas tem maior chance quando disputam vagas com pessoas consideradas mais bonitas. Importa ressaltar sobre isso que a trabalhadora entrevistada utilizada a empresa de recrutamento e seleção porque pode ser mais fácil abordar o assunto tomando outros para exemplificar o que, de fato, acontece.

Além disso, Nefertiti reflete sobre sua própria contratação, anos anteriores, em uma empresa. Ela afirma que, embora não conhecesse todos que disputavam a vaga com ela, ela agora, se dava conta que, talvez, a beleza tenha sido fator significativo para sua contratação.

Embora, de forma modesta, ela afirme que ela não se considere linda, ela compreende que algumas coisas interferem. Segue narrativa para compreensão.

Eu não conhecia todos, mas tinha pessoas que tinham com certeza todos os quesitos pra entrar nesse cargo e eu acho que talvez essa questão pesou um pouco. Porque tinham homens lá bem capacitados também, tinham mulheres, mas, talvez, eu acho que às vezes isso pesa um pouco. Da beleza e tal... Não que eu me ache linda, não é isso, mas a gente sabe até aonde vão algumas coisas, então a gente sabe que interfere. (Nefertiti, p. 18).

Percebe-se que o embelezamento físico é utilizado como estímulo para que os funcionários "se cuidem". Por exemplo, "eu tive um colega, na empresa que eu trabalhei, ele exercia um cargo de coordenação e aí o diretor começou a questionar ele: ah, você está engordando, engordando. Ele ficava meio que na linha de frente. E ele decidiu fazer lipo. Ele fez lipo" (Nefertiti, p. 16). Dessa forma, a cirurgia plástica estética, embora não seja tratada dentro das organizações e no ambiente de trabalho como ferramenta de gestão, na verdade é utilizada para que as trabalhadoras se encaixem dentro de determinado padrão de embelezamento físico, padrão este que rentabiliza, também, a organização. Fica evidente tal fato na narrativa que segue:

A gente notava quando tinha reuniões, assim... principalmente entre os gerentes, diretores e coordenadores, eles falavam: ah, tá bonita, tem que ficar assim, tem que cuidar pra não engordar. Ai, é legal a mulher que se cuida, que arruma o cabelo. Então, eu notava que... eu me cobrava muito em função disso. Fazia academia todos os dias... (Nefertiti, p. 16).

O estudo de Grisci et al. (2014) realizado em instituição bancária, com 265 participantes, possibilitou compreender a beleza física como: investimento na carreira; instrumento da gestão gerencialista; definidora da visibilidade/invisibilidade dos corpos; e fonte de sofrimento no trabalho. As narrativas das trabalhadoras neste estudo confirmam tais aspectos, por exemplo, acerca da visibilidade/invisibilidade dos corpos. Nefertiti afirma que, nas seleções que ela precisa fazer para a área de vendas, a beleza é condição para que o candidato seja selecionado:

Eu acho que geralmente é um padrão. Na área de vendas eu sinto que às vezes eles vem com o pedido: eu quero uma mulher muito bonita, pra vender mais e pra ir pra rua e vender a pessoa... Olha só, né? Porque aí quando forem comprar o material da empresa de material elétrico... eu quero uma mulher muito bonita pra ela ficar no balcão e o cara ficar tão em êxtase com a beleza dela que ele compre tudo o que ela oferece. (Nefertiti, p. 17).

Por exemplo, cargos de administrativo, uma secretária, ou uma vendedora, uma representante comercial, sim. Ela tem que ser bonita, ela tem que falar bem, tem que ser bem apresentável, no máximo 40 anos. Aí agora, por exemplo, na contabilidade tem muito isso, os escritórios contábeis, enfim, é isso ou não, eu quero uma pessoa com experiência e com vontade. Quando tu tá na linha de frente com o público, vendas, comercial, secretária que vai atender o público, eles avaliam mais, exigem questões relacionadas à aparência sim. Quando a pessoa fica mais... não tem contato mais interno... não se exige tanto isso. (Nefertiti, p. 11).

Ainda sobre o estudo de Grisci et al. (2014), confirmando a ideia de que a beleza é fonte de sofrimento no trabalho e que os bonitos também sofrem discriminação, há no relato de Nefertiti o caso da selecionada bonita demais que acabou sendo substituída por outra. Segue narrativa do caso:

Eu fiz um recrutamento de seleção pra um laboratório e aí o gerente... mandei algumas meninas, né? Porque como elas vão fazer visitas, elas têm que ter uma aparência legal. E ele veio e conversou: olha, a Fulana de Tal, ela é perfeita. Ela é inteligente. Ela é despachada. Ela fala bem, se comunica bem, só que já gerou problemas. Porque ela é bonita demais e aí as pessoas nem falavam mais na reunião. Ela fez teste, aquele teste em grupo e todo mundo ficava só admirando a beleza dela. (Nefertiti, p. 13).

Grisci (2008) fez um estudo acerca do controle em uma instituição bancária portuguesa e concluiu, entre outras questões, que a utilização da "gestão da imagem" afeta "os indivíduos em sua intimidade" (GRISCI, 2008, p. 16). Desta forma, existiria um padrão de imagem a ser relacionado ao ambiente de trabalho bancário. Da mesma forma, o estudo de Batista (2011) sobre beleza física no trabalho imaterial bancário concluiu que existem fatores implícitos e explícitos ligados a práticas como promoção e favorecimento dentro do ambiente bancário. Entre esses fatores, a beleza física acaba por importar no contexto de trabalho imaterial bancário estudado pela autora (BATISTA, 2011). Sobre ambiente bancário, Tiia e Nefertiti fazem uma breve análise que corrobora as pesquisas feitas e deixa claro que, sim, beleza é importante no ambiente bancário. A forma de se vestir, a gordura corporal e os atributos físicos selecionam aqueles que se mantêm no espaço de trabalho bancário.

Sim, tem bastante relacionamento com o trabalho, tu pode... Se tu pegares o dia a dia de... Por exemplo, eu na área bancária, pegava... Eu via pelas minhas meninas lá, tá... por exemplo, no SOS que eu trabalhei muitos anos, era notório tu ver os clientes... os clientes gostavam de ser atendidos por quem? Pelas meninas bonitas, sabe... aquela que estava ajeitada, cabelinho no lugar, toda

bonitinha, sabe... um corpinho legal e tal. Agora, tinha umas queridas, gordas, sabe... que andavam, sabe... não de chinelo, mas de sapatilha, tudo meio atirada, ninguém gosta. Se tiver que optar, ele vai optar pela menina mais bonita. Então, o embelezamento, eu acho que é primordial, além de você se sentir bem, você externa isso, sabe... Tu te sentindo bem, tu vai externar para as pessoas que tu estás... tu vai estar rindo, tu vai estar alegre, tu vai... tu transmite isso para as pessoas. E a pessoa, que ela é ou mais gordinha, ou que ela não se sente bem, que ela tem algum problema que ela acha algum defeito, aquilo entra na cabecinha dela e ela não consegue transmitir coisas boas para as pessoas que ela está atendendo. Então o essencial da beleza é isso, pra ajudar a tua cabeça. Tu estar bem contigo. Mesmo, internamente e externa e automaticamente tu transmite isso para as pessoas, e, na nossa sociedade, nossa... Hoje em dia deveria ter um ponto. Se tu for pegar uma empresa de seleção, de pessoal, for lá uma menininha bonitinha, ajeitadinha, vestidinha, pode botar as duas com a mesma roupa. Uma ajeitada. magrinha, cabelinho no lugar e a outra gordinha, meio fofinha, meio cheia... pode contar que as duas tendo o mesmo nível profissional, eles vão pegar a magrinha. (Tiia, p. 10).

Eu notei esses dias quando conversei com uma moça que estava fazendo recolocação profissional. Que é um profissional que eu acompanho mais, que é aquele profissional que quer buscar um determinado cargo. Numa determinada empresa. Com salário tal, local tal, então a gente direciona fazendo todo um trabalho com o profissional. E ela tava indo pra área bancária e aí ela me disse que lá ela viu muito isso, que quando ela operou o nariz, que mudou totalmente, as pessoas passaram a ver ela de forma diferente. Então, eu acho que acaba de certa forma influenciando. (Nefertiti, p. 10).

A questão do impedimento em frear o tempo importa quando se fala do trabalho. É importante que o tempo seja freado, e, como foi visto, isso, aparentemente, somente ocorre através da cirurgia plástica estética. A cirurgia retarda o tempo, deixa o paciente 10, 20 anos mais jovem, e isso traz benefícios para o trabalho, sim, porque "Quem tá em contato direto com o cliente, isso pesa mais, e eu vejo também isso pela questão do que a gente observa nos recrutamentos e seleção. Do que as empresas exigem e até na questão da idade [...] a idade interfere sim nos cargos" (Nefertiti, p. 11). Ainda nessa linha, Nefertiti (p. 11) completa:

[...] porque, por exemplo, dependendo do cargo eles falam: ah, uma pessoa só até 50. Ou no máximo 40. Então eu percebo que isso já começa a interferir. A idade acaba limitando o profissional. Ele pode ser um excelente profissional. Mas dependendo do cargo ele não consegue mais o trabalho.

Dessa forma, se o trabalhador não tem mais 40 anos de idade, é necessário que busque procedimentos para, pelo menos, aparentar essa idade. Isso porque "parecer velha não dá mais, né, hoje em dia tu tem que ter 70 anos, mas estar trabalhando e ter aparência de 58, no máximo, né. Então o trabalho exige, sim, exige muito, faz necessário, na verdade" (Kiya, p. 5).

Ocorre, no entanto, que parecer mais nova abrange utilizar artifícios como roupas, academia, suplementos, maquiagem. Tais artifícios são úteis, como foi visto no estudo, se o

trabalhador ainda é jovem e belo (se encaixa no padrão de embelezamento físico). Se a trabalhadora envelhece, a cirurgia plástica estética acaba tornando-se o único e fundamental modo de continuar jovem. Desta forma, a cirurgia plástica estética é essencial e constitui-se enquanto condição para que a trabalhadora seja a melhor profissional que pode ser:

Melhorou no sentido de que eu me senti mais segura. Por exemplo, eu, como dou palestras, vou em empresas, participo de encontros, simpósios e tal. E, por incrível que pareça, apesar de eu ser conhecedora, e eu acredito no meu potencial intelectual, porque todo o crescimento que eu tive na minha carreira se deve ao meu estudo, eu sempre estudei, eu fiz história, fiz mestrado, cursei direito também e aí fui na área da auditoria, que eu achava que até então eu gostava. Então eu sempre investi muito no meu intelectual, mas **a cirurgia plástica me deu segurança** na minha exposição física, na verdade, porque eu sou uma mulher pequena. Eu visto o número 36, eu não tenho nenhuma beleza. Não nasci loira, linda, dos olhos azuis com 1,80m, eu sou uma mulher pequena, mignon, com 1,60, magra. [...] E então pra mim foi importante fazer. Porque, de alguma forma, eu acho que eu tornei o meu corpo mais atraente, e não que isso seja fator primordial na minha profissão, só que me deu mais segurança. (Berenice, p. 7).

Desta forma, a cirurgia plástica estética se relaciona com o trabalho no momento em que permite à trabalhadora alcançar toda sua potencialidade. A cirurgia plástica estética dá segurança, aumenta a autoestima e, conseqüentemente, gera benefícios ao trabalho de todos, visto que, ao melhorar o desempenho da trabalhadora, esta rende e produz mais. Seguem narrativas que afirmam a perspectiva:

Assim como a autoconfiança decorrente de uma boa autoestima melhora o desempenho no trabalho, a independência financeira e competência no trabalho também aumentam a autoestima. Você precisa ser bonito para ganhar mais, é fato. Você precisa ser autoconfiante para ganhar mais, você só consegue isso se embelezando. (Kiya, p. 4).

Ah, influenciaram. Porque elas mexeram com a minha autoestima e, como eu comecei a me sentir melhor, eu acho que eu retornei ao trabalho com mais vontade, com mais pique. Me sentindo melhor, me sentindo mais bonita, enfim... e conseqüentemente a produção no meu trabalho também aumentou, porque eu estava me sentindo melhor. (Berenice, p. 6).

Casaca (2012) efetuou um estudo sobre trabalho emocional e trabalho estético em *call centers*, no qual, entre outras questões, concluiu que o gênero importava para a efetuação de determinado trabalho. Nesse caso, as mulheres faziam um trabalho de atendimento ao cliente, enquanto os homens trabalhavam no atendimento técnico (CASACA, 2012). Dessa forma,

"principalmente em empresa que tem muitos homens, os homens olham muito, né... essa questão do atributo masculino, do corpo" (Nefertiti, p. 18). Ainda sobre a questão de gênero, Nefertiti (p. 9) afirma que "A sociedade, eu acho que cada vez mais cobra muito da mulher a questão física, a aparência, a beleza", por conta disso é imprescindível estar "bem apresentável dependendo do cargo que tu exerce" (Nefertiti, p. 9).

Sobre a questão de gênero, Kiya, que é cirurgiã plástica (embora tenha sido entrevistada apenas como trabalhadora) ressalta a existência dessa diferença dentro de seu círculo de trabalho. Ela afirma que nutricionistas e médicas cirurgiãs plásticas sofrem uma pressão maior para se adequarem ao padrão de embelezamento físico necessário à realização de seu trabalho. Quando questionada acerca de como a cirurgia plástica estética tem a ver com seu trabalho, se a ajudou, ela respondeu:

Sim, amplamente, por eu conseguir me colocar no lugar das pacientes em relação a pré, trans e pós-operatório. E por eu estar satisfeita com as mudanças ocasionadas pela cirurgia plástica em meu corpo. Além disso, eu atendo as pacientes com o corpo e rosto bem alinhados, sabe. Isso importa né? Acho que importa mais para mulher que para homem. Tem muito cirurgião gordo, feio e que não se cuida, mas mulher, não dá né? É como ir numa nutricionista gorda, né? Não dá para acreditar nela? Então eu tenho que passar a imagem que eu represento no trabalho, sabe? A imagem de mulher magra, que faz cirurgias, mas que cuida do corpo, pele e cabelos sempre, essas coisas, né. (Kiya, p. 5).

Além da cirurgia plástica estética, outros fatores corroboram os estudos citados anteriormente acerca de trabalho e embelezamento e foram citados pelas trabalhadoras entrevistadas como condicionantes ao exercício de seus respectivos trabalhos. Entre eles, ressalta-se uma boa apresentação, utilizando roupas, maquiagens e determinadas peças e acessórios que, em conjunto com questões relacionadas à higiene e ao asseio, tornam-se um complemento indispensável ao exercício do trabalho.

No geral, com exceção daqueles cargos que exigem muito uma beleza... tanto... Não só na questão de estar bem apresentado. Mas bonito mesmo, eu acho que em 80% dos cargos hoje... talvez até mais... é estar bem apresentado. Tu não precisa ser linda, maravilhosa, corpo escultural, mas tem que estar com o cabelo bem apresentado. Com uma roupa bem apresentada. Com uma maquiagem. Não aquela cara limpa e tal, os dentes... os dentes se olha muito, assim, até o cheiro das pessoas. (Nefertiti, p. 14).

Eu acho... especialmente na área em que eu trabalho, em primeiro lugar, o asseio né... o asseio pessoal eu acho que é fundamental e também saber vestir-

se de acordo com o ambiente, por a gente estar num ambiente de trabalho, nós não podemos usar determinadas peças ou determinados acessórios que se reportam à nossa vida festiva ou à casa mesmo... Eu acho bastante importante. Porque ela impõe um respeito e te qualifica como profissional. (Berenice, p. 3).

É, não sei... Eu acho que uma boa apresentação, ela é sempre bem valorizada, ela sempre abre mais portas. Quando tu tem uma boa apresentação. Sempre, principalmente quando tu vai tratar com o público em geral, quando tu vai atender pessoas, eu acho importante. Ai já entra a beleza também, entra o asseio, o cuidado com a roupa que tu usa, eu acho que é importante no ambiente de trabalho tudo isso. (Eurídice, p. 8).

Bom, eu diria... na nossa sociedade aqui, na nossa cultura [...] a aparência eu diria... olha, 50% às vezes é aparência. Desde quem é do outro lado, eles olham muito a aparência, então... e mesmo você, você tem que estar... com, né... tu tem que se sentir bem contigo mesma. Então, o profissional tem que... como é que normalmente eu me visto? De salto alto, com certeza. Um belo salto, que faz toda a diferença. Um cabelo bem arrumado, uma unha bem feita e uma roupa alinhada, ou seja, nada de muito decote. Nada de coisa assim muita curta, uma coisa sóbria, se é uma saia, é uma saia com um casaquinho alinhado, se é uma calça também, um “tailleurzinho” e tal, então são roupas mais alinhadas. [...] nessa área, pesa muito quando você vai numa empresa. Pesa a tua aparência. Pesa a forma que você se veste, pesa inclusive o veículo que você chega [...] Então, sempre alinhado, a roupa é mais é terninho, é saia com blusa, camisinha, aquela coisa mais profissional. Mesmo, que é o que eu acho melhor pra se vestir, né... e os meus colegas também, por exemplo, o meu colega é homem, ele usa praticamente, diariamente terno, né... terno e gravata ou às vezes uma gravata. Um terno e uma camisa alinhada e pronto, tá vestido. (Tiia, p. 6).

Eu achei que ela era uma mulher com poder de decisão inigualável. Superobjetiva. Conseguia resolver conflitos. Ela era uma mulher bonita, mas ela não era linda, mas ela se vestia muito bem, muito elegantemente. Salto, tailleur, terno, cabelo superarrumado, e eu acho que isso passava uma imagem também de segurança. De poder. Acho que isso interferia muito nessa visão que eu tinha dela. (Nefertiti, p. 6).

Nefertiti, ao abordar questões relacionadas à vestimenta no ambiente de trabalho, insere, também, a questão de "ser notada". Um dos fatores considerados como benefício importante da cirurgia plástica estética, para as trabalhadoras entrevistadas, é o fato de ser notada no ambiente de trabalho.

Então alguns pacientes elogiaram o que eu fiz, que eu estava mais nova das pálpebras. Acho que foi isso que eu fiz. Mas claro, né? Se tu vai fazer a somatória do todo, sempre tu vai ter uma aparência mais harmônica, né? E as pessoas vão notar, mesmo que elas não digam. Eles vão notar. Sem dúvida. (Cleópatra, p. 7).

Claro, bastante, porque as pessoas te aceitam mais, te recebem melhor, entendeu? E as pessoas te recebem: nossa, mas como tu tá bem, nossa, mas tu

tá bonita... Às vezes não sabem porque que tu estás assim, às vezes vêm, te elogiam, então isso te faz bem, faz bem pro teu cliente também, sabe... uma coisa mútua, uma coisa que acontece ao natural. Então, se tu não buscar isso, tu não vai ter... o teu cliente não vai ter essa percepção que tu mudou, que tu fez alguma coisa, tanto na cirurgia plástica. (Tiia, p. 14-15).

O ambiente de trabalho também contribui para a exaltação do embelezamento físico em prol do trabalho. Seja no caso anteriormente falado em que o superior avisa que seu subordinado está acima do peso, seja através de atividades em grupo feitas em prol do embelezamento físico em ambiente de trabalho e que dão ideia da magnitude e importância deste para o exercício do trabalho.

Tem uma coisa importante, que a gente chega no trabalho e a primeira coisa que a gente faz antes de começar a trabalhar é se maquiar. As mulheres se juntam e a gente tem uma gaveta de maquiagem, todas se maquam, pra ficar mais bonita né? Além disso, tu viu na entrada, né? A gente colocou uma foto na geladeira. Cada uma escolheu uma foto de como a gente gostaria de ser, sabe de transformar o nosso corpo. São três, então foram três mulheres que fizeram esse acordo, fizemos isso e seria a nossa meta pra se conseguir até o final do ano e nós três começamos a fazer academia, sabe, assim, uma incentiva a outra, a gente cuida assim... Ah, não vamos comer muito pão hoje. Vamos comprar uma banana, vamos comprar uma fruta. A gente mais ou menos se cuida, né? (Eurídice, p. 3).

Ah, eu pessoalmente me sinto melhor quando eu tô mais bem vestida ou quando eu tô me achando bonita, né? Eu me sinto bem... Ah, e é bom também trabalhar com pessoas bonitas, o ambiente fica mais bonito, mais agradável. As pessoas têm que tá limpas. Cheirosas e arrumadas, né? (Eurídice, p. 3).

Se o poder disciplinar (FOUCAULT, 1996) tinha por objetivo tornar os corpos úteis, dóceis, produtivos e em condições para o exercício do trabalho material – que exigia força física –, aos olhos da gestão de si, correspondente ao trabalho imaterial, segundo as características analisadas, o corpo seria receptáculo de um conjunto de artifícios de embelezamento físico, que incluem a cirurgia plástica estética. O embelezamento físico, embora apareça a princípio como desejo da trabalhadora, tem relação intrínseca com o trabalho, principalmente associado a gestão de si. A cirurgia plástica estética é o elemento que evidencia a gestão de si a favor do trabalho imaterial que requer do corpo atributos que se mostram condizentes com a lógica da rentabilização. E vai além, a cirurgia plástica estética é praticamente condição necessária à obtenção da totalidade de utilização do corpo. Portanto, conforme conclui Berenice (p. 8), "espero que eu tenha ajudado, mas acho que é fundamental e importante pro trabalho, porque

influencia na tua autoestima, no teu emocional e isso se reflete, sim, na forma com que tu desempenha qualquer tarefa e na tua positividade”.

4.6.2 Do ponto de vista dos cirurgiões plásticos estéticos.

O ponto de vista dos cirurgiões plásticos entrevistados acerca do embelezamento físico como peça importante para o trabalho é relevante para ratificar a análise acerca do ponto de vista das trabalhadoras que efetuaram cirurgia plástica estética. Segundo eles, o embelezamento físico “[...] É umas das coisas que mais importa” (Rudanon, p. 6). Isso porque “se for um fedorento, barbudo, malcheiroso, não vai, tu vai no outro que tá bonitinho, cabelinho arrumado” (Rudanon, p. 6). Além disso, os cirurgiões plásticos afirmam que é importante chamar atenção no trabalho. Chamar atenção, neste caso, significa cuidar de seu corpo, mesmo que o trabalhador não possua uma beleza natural, de forma a parecer o mais belo possível. Uso de maquiagem, roupas adequadas e perfume parece ser essencial para que o trabalhador seja considerado um bom trabalhador e esteja fazendo sua parte:

[...] a pessoa no trabalho deve chamar a atenção [...] Mas não quer dizer que ela tem que ser, claro que as muito bonitas, elas chamam atenção mesmo que nem elas queiram, mas elas chamam atenção, nasceram assim, ou se cuidam muito, mas tem uma faixa de pessoas que não é uma beleza estonteante, mas se produzem, se arrumam, se cuidam, e se transformam em pessoas que chamam a atenção por isso, mostra cuidado pessoal, a higiene, tudo que aquilo que realmente procura numa outra pessoa pra viver com ela, pra trabalhar com ela, pra ter como amigo, é basicamente isso. (Seti, p. 6).

Além disso, os cirurgiões plásticos afirmam que o trabalhador submetido a um procedimento de cirurgia plástica estética tende a ser mais feliz, a ter melhor autoestima e, portanto, a ser mais eficiente na realização de suas tarefas: “se a pessoa trabalha satisfeita, geralmente rende mais, né. Então se ela tá bem com o corpo, se ela se olha no espelho, se vê, se vê com harmonia, com o interior dela, eu acho que ela trabalha melhor, né” (Seti, p. 6). Desta forma, a cirurgia plástica estética, ao modificar a aparência, ocasionaria mudanças internas profundas naqueles trabalhadores que a realizam, segundo os cirurgiões plásticos entrevistados.

Da mesma forma que as trabalhadoras argumentam acerca da importância da cirurgia plástica estética como meio de busca pelo sucesso profissional, também os cirurgiões sinalizam essa função do embelezamento: “Então, a cirurgia às vezes é uma chave que a gente acende, enfim... pra desencadear toda uma mudança. [...] a pessoa não é obrigada a se gostar da maneira

que ela está” (Meritanon, p. 3). Sendo assim, a trabalhadora não precisa e nem pode se contentar com uma aparência desleixada ou malcuidada. Segundo os cirurgiões plásticos estéticos, é importante se sentir bem. E para sentir-se bem com seu corpo, é necessário que este corresponda ao ideal de embelezamento físico relacionado ao trabalho imaterial. Sendo assim:

É muito importante pro trabalho, porque a pessoa que tá se sentindo bem com ela mesma, com o corpo dela, ela vai render mais, ela vai ser mais feliz, vai trabalhar melhor, tudo melhor. São pessoas que têm disposição, aqueles que fazem ginástica, que cuidam a pele, que cuidam do cabelo, que cuidam os dentes, que vão no dentista, são pessoas que estão sempre arrumadas. Então essas pessoas fazem tudo o que eles puderem fazer pra se melhorar eles vão fazer. E eles vêm aqui pra isso também, até porque são esses pacientes, veja bem, que eles são pacientes que são operados ou operáveis, porque se cuidam. (Amenófis, p. 4).

Desta forma, o trabalho dos cirurgiões, segundo eles, é descortinar as capacidades individuais dos trabalhadores a partir de um procedimento de cirurgia estética. A cirurgia é o motor propulsor da mudança. Os trabalhadores operados, muito além de vestirem uma roupa ou maquiarem-se para o trabalho de maneira a adequar-se a determinado padrão de embelezamento físico, internalizam essa mudança com tal força que sua exposição se dá no momento em que trabalham muito mais e se tornam uma peça fundamental na sua organização. Dessa forma, segundo Amenófis (p. 6), "eu sempre digo assim, que as nossas obras de arte estão passeando pela cidade e trabalhando”

Verifica-se que a cirurgia plástica estética é fundamental, segundo a narrativa das trabalhadoras, no processo de manter o corpo jovem, pois, após certa idade, artifícios como maquiagem e roupas não são suficientes para a manutenção da beleza almejada; sendo assim, é necessário que o corpo seja modificado a fim de que continue sendo rentável para o exercício do trabalho imaterial. Além disso, as narrativas dos cirurgiões plásticos estéticos corroboram a tal perspectiva e confirmam a importância do embelezamento físico para o trabalho imaterial numa perspectiva de rentabilização deste.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo sobre embelezamento físico, trabalho e gestão gerencialista se mostrou relevante e novo para os estudos de Administração, sobretudo para a área de gestão de pessoas, devido à relação existente, identificada pelas trabalhadoras, da cirurgia plástica estética – considerada um dos artifícios de embelezamento físico – com o exercício do trabalho imaterial. Tal relação serve para mostrar a importância do embelezamento físico na sociedade líquido-moderna e questiona uma certa dominação dos trabalhadores a partir de suas subjetividades para o exercício do trabalho imaterial.

A subjetividade do trabalhador pode ser utilizada por uma nova forma de dominação – gestão gerencialista –, de forma que até seu corpo é pode ser moldado a fim de uma possível rentabilização. Na busca de uma aparente melhoria na autoestima na vida de cada trabalhador, este submete-se inclusive a procedimentos cirúrgicos, para, também, tornar seu corpo apto para o exercício do trabalho imaterial.

O trabalho imaterial, considerado como aquele que compõe as atividades corporais, intelectuais, criativas, afetivas e comunicativas mobilizadas pelos trabalhadores em termos de engenhosidade (GRISCI, 2008), visto a partir de uma nova relação produção-consumo e gerando sentimentos de confiança, segurança e conforto por parte dos trabalhadores, que são os consumidores nessa relação, se torna indispensável à produção e à competitividade das empresas (LAZZARATO; NEGRI, 2001; GORZ, 2005). O trabalho imaterial, portanto, mobiliza o trabalhador a produzir também a si mesmo (GORZ, 2005). No processo de produção da trabalhadora, o embelezamento físico, realizado através de diversos artifícios, promove a rentabilização desta. As trabalhadoras que efetuaram cirurgia plástica estética transparecem em suas narrativas que os artifícios de embelezamento podem ser utilizados como recursos para a promoção destas em contexto de trabalho imaterial. A cirurgia plástica estética é destaque entre tais artifícios e pode ser relacionada ao exercício do trabalho de cada uma.

A gestão gerencialista (GAULEJAC, 2007) – através de suas características fundamentais relacionadas à gestão de si, que compreende questões como a adaptabilidade e o engajamento do indivíduo às organizações, além da primazia da eficiência e eficácia a qualquer custo – é campo de estudo para relações entre trabalho imaterial e embelezamento físico (GAULEJAC, 2007). Isso porque a gestão gerencialista é a ideologia que permeia as relações de vida pessoal, trabalho, economia e política. Desta forma, apresenta uma relação com estudos

acerca do embelezamento físico, especificamente as cirurgias plásticas estéticas, e sua relação com o trabalho imaterial.

Sobre embelezamento físico, verificou-se que existe determinado padrão, relacionado ao corpo, que identifica um trabalhador como portador de beleza física (MANSANO, 2009; LIPOVESTKY, 1983; SANT'ANNA, 2001). Tal padrão corresponde há um corpo jovem, magro, sem sobras (BAUMAN, 2009), segundo os trabalhos de Hamermesh e Biddle (1994), Leist (2003), Hamermesh e Parker (2005), Morris (2007), Grisci (2008), Harper (2008), Fletcher (2009), Batista (2011) e Grisci et al. (2014), que apontam a supremacia do embelezamento físico em ambientes de trabalho diversificados (bancos, universidades etc.).

Para responder à questão da pesquisa – *O embelezamento físico se configura como um requisito da gestão gerencialista para o exercício do trabalho imaterial? Em caso afirmativo, de que modo?* –, teve-se como objetivo principal deste estudo verificar e analisar, do ponto de vista das trabalhadoras que se submeteram a cirurgia plástica estética, se e de que modo o embelezamento físico se mostra como requisito da gestão gerencialista para o exercício do trabalho imaterial. Para tanto, as divulgações em manchetes em revistas populares de grande circulação e os indícios relativos a periódicos classificados nos extratos A1 e A2 do Qualis-CAPEs de Administração, Ciências Contábeis e Turismo serviram de justificativa ao trabalho. Trata-se de um tema acadêmico escasso, mesmo que as divulgações o mostrem como um tema abundante na sociedade.

Optou-se por trabalhar o tema a partir do tripé fundamental de sustentação deste: trabalho imaterial, gestão gerencialista e embelezamento físico. No intuito de responder o objetivo geral da pesquisa, foram estabelecidos os seguintes objetivos específicos: apresentar indícios relativos à temática a partir da Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica (SBCP), da Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal Perfumaria e Cosmética (ABIHPEC), do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e da Junta Comercial do estado do Rio Grande do Sul (JUCERGS); apresentar e analisar as principais características das clínicas de cirurgias plásticas utilizadas pelas trabalhadoras que efetuaram cirurgia plástica estética; verificar e analisar se e como as características do trabalho imaterial se apresentam na narrativa das trabalhadoras que efetuaram cirurgia plástica estética; verificar e analisar se e como as características da gestão gerencialista se apresentam na narrativa das trabalhadoras que efetuaram cirurgia plástica estética; verificar e analisar o que as trabalhadoras que efetuaram cirurgia plástica estética compreendem por embelezamento físico; e verificar e analisar se e

como as trabalhadoras que efetuaram cirurgia plástica estética relacionam a cirurgia realizada ao seu trabalho.

Este estudo contribui para a área de Administração, especificamente gestão de pessoas, por dar evidências empíricas que podem ser utilizadas para efetuar um avanço no campo de estudo, além de preencher um hiato presente. As evidências empíricas mostram que o embelezamento físico pode ser considerado um requisito da gestão gerencialista para o exercício do trabalho imaterial. Além disso, mostram que as características da gestão gerencialista e do trabalho imaterial estão presentes na narrativa das trabalhadoras estudadas e que a cirurgia plástica estética é também um artifício de embelezamento utilizado pelas trabalhadoras na tentativa de manter-se de acordo com um certo padrão de embelezamento físico que pode gerar rendimentos ao trabalho imaterial.

Portanto, sob a perspectiva do trabalho imaterial que propõe às trabalhadoras, através da captura da subjetividade destas, tornarem seus corpos úteis e rentáveis para a realização de suas tarefas, o embelezamento físico, sobretudo a utilização de cirurgia plástica estética, pode ser um dos meios utilizados, pelas trabalhadoras investigadas, para alcançar este fim. A partir dessa afirmação, seguem os resultados encontrados.

Primeiramente, com o objetivo de apresentar indícios relativos à temática a partir da Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica, da Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal Perfumaria e Cosmética, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística e da Junta Comercial do estado do Rio Grande do Sul, foram coletados indícios destas instituições a fim de estabelecer uma relação entre produção e consumo relativa ao trabalho imaterial. Segundo a SBCP, o Brasil está no topo do *ranking* dos países que mais efetuam cirurgia plástica estética no mundo, e o perfil de pessoas que buscam tais procedimentos é de mulheres brancas com idade entre 19 e 50 anos. Além disso, relatórios divulgados pela ABHIPEC entre os anos de 2009 e 2016 apontam para um crescimento diferencial do setor de higiene pessoal, perfumaria e cosmético no Brasil, que, mesmo com a recente crise, obteve uma diminuição de indicadores bem menor que o restante dos setores econômicos brasileiros e, ainda, marca uma certa confiança para os próximos anos com relação a continuidade de seu crescimento. Dados obtidos através de pesquisa realizada pelo IBGE afirmam que a receita de vendas do setor relacionado ao embelezamento físico no Brasil vem crescendo ano a ano no período de 2010 a 2016. Somase aos dados anteriores o resultado da pesquisa feita a partir de dados recebidos da JUCERGS acerca do número de novas empresas cadastradas no setor de embelezamento físico no estado do Rio Grande do Sul, que apontam para um número cada vez maior de novas empresas

registradas anualmente no setor, indicando um crescimento deste. Tais dados são ratificados ao longo do estudo através das questões postas às entrevistadas, cujo perfil se encaixa no perfil indicado pelos dados como o que mais efetua cirurgia plástica estética no Brasil. Além disso, a ampla utilização de artifícios de embelezamento embasa as questões relativas ao setor de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosmético, que mantém rendimentos acima dos apresentados pelos demais setores da economia, mesmo em tempos de crise. Da mesma forma, os relatos das entrevistadas acerca da sua utilização dos serviços oferecidos por salões de beleza e estéticas confirmam o crescimento encontrado das empresas relacionadas ao setor de embelezamento físico no estado do Rio Grande do Sul.

A segunda parte da análise dos resultados foi confeccionada a partir das observações não participantes feitas pela pesquisadora nas clínicas de cirurgia plástica estética a fim de responder ao objetivo específico de apresentar e analisar as principais características das clínicas de cirurgias plásticas utilizadas pelas trabalhadoras que efetuaram cirurgia plástica estética. Os templos de embelezamento são constituídos como corolário da busca pelo embelezamento físico. A análise mostra como são dispostos estes templos de embelezamento, sua decoração, que reflete a beleza das formas, e sus espelhos, que funcionam como artifício para fazer olhar para si. As formas espalhadas em esculturas, fotografias e quadros sugerem que o belo é, ao mesmo tempo, um reflexo do ambiente e das pessoas que por ali passam. Ainda, tais observações mostraram que as clínicas refletem os mecanismos de controle-estimulação que levam as trabalhadoras a importarem-se cada vez mais com o embelezamento físico.

A terceira parte da análise dos resultados respondeu o objetivo de verificar e analisar se e como as características do trabalho imaterial se apresentam na narrativa das trabalhadoras que efetuaram cirurgia plástica estética. Ao analisar as respostas às questões colocadas às trabalhadoras e aos cirurgiões plásticos relativas ao trabalho, e através das narrativas acerca da trajetória profissional dessas trabalhadoras, das suas habilidades pessoais e sua relação com o trabalho, verificou-se que são encontradas características do trabalho imaterial. Além disso, verificou-se que características como o uso de habilidades do trabalhador em prol do trabalho e a utilização de tempo de vida para o trabalho estavam presentes nas narrativas de todas as trabalhadoras entrevistadas.

A quarta parte da análise verificou e analisou se e como as características da gestão gerencialista se apresentam na narrativa das trabalhadoras que efetuaram cirurgia plástica estética. Para tanto, foram analisadas as respostas às questões colocadas às trabalhadoras e aos cirurgiões plásticos relativas ao ambiente de trabalho destas. Desta forma, primeiramente

verificou-se as características da gestão gerencialista presentes na narrativa das trabalhadoras entrevistadas. Após, as características da gestão gerencialista presentes na narrativa dos cirurgiões plásticos entrevistados. Conclui-se que existem características da gestão gerencialista na narrativa dos entrevistados e que, portanto, a gestão gerencialista, neste caso, é campo de análise dos estudos acerca do trabalho imaterial e embelezamento físico.

A quinta parte da análise teve por objetivo verificar e analisar o que as trabalhadoras que efetuaram cirurgia plástica estética compreendem por embelezamento físico. Desta forma, primeiramente foi verificado o que as trabalhadoras entendem por embelezamento físico e, em seguida, os artifícios de embelezamento físico utilizado por elas. Por fim, foi analisado o que os cirurgiões plásticos entendem por embelezamento físico. Verificou-se que a compreensão acerca do padrão de embelezamento físico se aproxima daquele já estudado por diversos autores (SANT'ANNA, 2001; LIPOVETZKY, 1983; BRANDINI, 2007), que remonta a um corpo jovem, magro e em movimento, atento a ser utilizado quando necessário. Além disso, houve uma passagem, registrada a partir das narrativas das trabalhadoras, dos artifícios de embelezamento mais simples (como chapinha e maquiagem), para artifícios de embelezamento incisivos, tais como a cirurgia plástica estética.

Por último, verificou-se e analisou-se se e como as trabalhadoras que efetuaram cirurgia plástica estética relacionam a cirurgia plástica estética realizada com o seu trabalho. Para tanto, foram analisadas as respostas às questões colocadas às trabalhadoras e aos cirurgiões plásticos relativas ao trabalho e ao embelezamento físico. A fim de ampliar a análise efetuada, verificou-se por que a cirurgia plástica estética é importante para o trabalho e como ocorre essa relação. Conclui-se que há uma íntima relação entre cirurgia plástica estética e trabalho, o que é confirmado pelas trabalhadoras. Através dos relatos, percebe-se que essa relação ocorre mascarada de uma melhoria interna, relacionada ao prazer e satisfação das trabalhadoras por efetuarem a cirurgia e melhorarem seu "bem estar". No entanto, ficou claro que o trabalho também pode ser considerado um fator que levaria à prática da cirurgia, que movimenta a trabalhadora a fim de que seu corpo se transforme, se torne mais útil, mais produtivo. Não se trata apenas de envelhecer bem, se trata de não ser velho para o trabalho, pois o trabalho imaterial necessita da jovialidade, e da conseqüente rapidez associada a ela, de seus trabalhadores.

Este estudo corroborou os resultados encontrados nas pesquisas de Hamermesh e Biddle (1994), Harper (1999), Leist (2003), Hamermesh e Parker (2005) e Morris (2007) sobre a relação entre trabalho e embelezamento físico, sobretudo acerca dos artifícios de

embelezamento físico usados por trabalhadores na tentativa de tornarem-se competitivos. Sendo assim, confirmou e ampliou as análises já feitas sobre o tema por outros autores. Verificou-se ainda que, muito além de mudanças no cabelo e nas roupas das trabalhadoras, mudanças profundas são feitas nos corpos das trabalhadoras e tais mudanças podem ser associadas com a ideia de tornar os corpos úteis e rentáveis no exercício do seu trabalho imaterial.

Não se trata apenas de estar bonito, vestir uma roupa adequada, uma maquiagem e um perfume. Trata-se de ser bonito e construir uma personalidade bela e empoderada, capaz de cumprir qualquer tarefa e de participar de qualquer atividade. E, para ser bonito e manter-se jovem, são necessários alguns ajustes, alguns destes feitos somente através de cirurgias plásticas estéticas. Portanto, as cirurgias são vistas pelas trabalhadoras como algo de grande importância na vida de cada uma. Segundo as trabalhadoras entrevistadas, as cirurgias plásticas estéticas feitas ao ajustarem seu corpo, podem auxiliar e corroborar a um maior rendimento no trabalho.

Como limitações, verifica-se o fato de as narrativas serem feitas apenas por mulheres trabalhadoras. Seria interessante uma abordagem masculina a esse respeito como forma de ampliar alguns argumentos e discussões efetuadas. Sobre embelezamento físico e trabalho, as discussões são abrangentes, e, por isso, este estudo não põe fim às suas possibilidades, apenas analisa uma de suas facetas, deixando margem para ampliação da pesquisa em diversas áreas e ambientes. Nesse sentido, um novo estudo poderia ser conduzido com foco em trabalhadores e trabalhadoras a partir de centros estéticos, salões de beleza e demais clínicas relacionadas ao setor de beleza. Além disso, profissionais de diversas outras áreas poderiam ser contempladas nas entrevistas. Poderia haver um recorte considerando gênero para este estudo. E, também poderia ser feito um recorte considerando classe social.

REFERÊNCIAS

- ALVES, Giovanni Pinto. A subjetividade às avessas: toyotismo e "captura" da subjetividade do trabalho pelo capital. **Cadernos de psicologia social do trabalho**, vol. 11, n. 2, pp 223-239, 2008.
- ALVESSON, Mats. Beyond Neopositivists, Romantics, and Mocalists: a reflexive approach to interviews in organizational research. **Academy of Management Review**, Vol. 28, No. 1, pp. 13-33, 2003.
- ANUÁRIO da ABHIPEC do ano de 2009. [S.I., 2012]. Disponível em: <<https://abihpec.org.br/publicacao/anuario-abihpec-20082009/>>. Acesso em: 19 jan. 2017. Informação postada no portal da Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC).
- ANUÁRIO da ABHIPEC do ano de 2010. [S.I., 2012]. Disponível em: <<https://abihpec.org.br/publicacao/anuario-abihpec-20092010/>>. Acesso em: 19 jan. 2017. Informação postada no portal da Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC).
- ANUÁRIO da ABHIPEC do ano de 2011. [S.I., 2011]. Disponível em: <<https://abihpec.org.br/publicacao/anuario-abihpec-20102011/>>. Acesso em: 19 jan. 2017. Informação postada no portal da Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC).
- ANUÁRIO da ABHIPEC do ano de 2012. [S.I., 2012]. Disponível em: <http://www.abihpec.org.br/novo/wp-content/uploads/2012/12/ABIHPEC_2012_internet.pdf>. Acesso em: 10 abr. 2014. Informação postada no portal da Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC).
- ANUÁRIO da ABHIPEC do ano de 2014. [S.I., 2014]. Disponível em: <http://www.abihpec.org.br/2014/04/panorama-do-setor-2014-2/>. Acesso em: 20 mar. 2015. Informação postada no portal da Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC).
- ANUÁRIO da ABHIPEC do ano de 2015. [S.I., 2015]. Disponível em: <<http://abihpec.org.br/anuario-2015/>>. Acesso em: 19 jan. 2017. Informação postada no portal da Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC).
- ANUÁRIO da ABHIPEC do ano de 2016. [S.I., 2016]. Disponível em: <https://abihpec.org.br/ABIHPEC_2016/Anuario2016_DIG.html#p=9>. Acesso em: 19 jan. 2017. Informação postada no portal da Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC).
- A VITÓRIA sobre o espelho. **Revista Veja**, São Paulo, n. 1406, v. 28 (24), p. 70-79, ago. 1995.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. 1. ed. São Paulo: Edições 70, 2011.

BAST, Elaine. Número de salões de beleza quase quadruplicou nos últimos quatro anos - Em 2012 eram 155 mil salões. Hoje já são quase 600 mil, segundo SEBRAE. São Paulo, 20 de junho de 2016, **G1**[*on-line*]. Disponível em <<http://g1.globo.com/jornal-hoje/noticia/2016/06/numero-de-saloes-de-beleza-quadruplicou-nos-ultimos-quatro-anos.html>>. Acessado em 26 de janeiro de 2017.

BATISTA, Mariana Klein. **Beleza física e trabalho imaterial bancário**: produção, reprodução e padronização. 2011. 101p. Dissertação (Mestrado em Administração) — Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul — UFRGS, Porto Alegre, RS, 2011.

BAUER, Martim, W; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**: um manual prático. Petrópolis: Vozes, 2002.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

_____. **Tempos líquidos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.

_____. **Vida líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2009.

_____. **Vida em fragmentos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2011.

BEIRÃO, Nirlando. Como a beleza, no Brasil, virou religião e o corpo, uma obsessão. **Revista Carta Capital** [*on-line*], São Paulo, 25 dez. 2014. Disponível em: <<http://www.cartacapital.com.br/revista/827/liberdade-sobre-o-proprio-corpo-veio-com-o-dever-de-ser-belo-305.html>>. Acesso em: 10 de jan. 2015.

BERCITO, Sonia de Deus Rodrigues. Corpos-máquinas: trabalhadores na produção industrial em São Paulo (década de 1930 e 1940). In: PRIORE, M.; AMANTINO, M. (Orgs.). **História do corpo no Brasil**. São Paulo: Unesp, 2011. cap. 13, p. 371-405.

BERNARDO, Márcia Hespanhol. **Trabalho duro, discurso flexível**: uma análise das contradições do toyotismo a partir da vivência dos trabalhadores. São Paulo: Expressão Popular, 2009.

BERTÃO, Naiara Infante. Suor e saúde a preço de luxo: academias de luxo cobram até 900 reais por mês para prover mimos e serviços dignos de hotelaria cinco estrelas. **Revista Veja**[*on-line*], São Paulo, 30 jun. 2013. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/noticia/economia/suor-e-saude-a-preco-de-ouro>>. Acesso em: 10 jan. 2014.

BERTEUX, Daniel. Metodologia do relato de vida em sociologia. In: NIEWIADOMSKI, Christophe; TAKEUTI, Norma M. (orgs.). **Reinvenções do sujeito social**: teorias e práticas biográficas. Porto Alegre: Sulina, 2009.

BOLTANSKI, Luc; CHIAPELLO, Êve. **O novo espírito do capitalismo**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2009.

BORDO, Susan. Beauty (re)discovers the male body. In: BRANDT, P. Z. **Beauty Matters**. Bloomington: University Press, 2000. p. 112-154.

BRANDINI, Valéria. Bela de morrer, chic de doer, do corpo fabricado pela moda: O corpo como comunicação, cultura e consumo na moderna urbe. **Rev. Contemporânea**, Salvador, v. 5, n. 1 e 2, dez. 2007.

BRASIL. **Consolidação das Leis TrabalhistasCLT**. São Paulo: Saraiva, 2007.

_____. **Projeto de Lei n.º 6.124 de 2013**. Acrescenta inciso ao art. 373-A da Consolidação das Leis do Trabalho. Disponível em: <<http://www.camara.gov.br>>. Acesso em: 5 jan. 2014.

BRITO, Paulo. Beleza e poder: Até que ponto o visual de uma presidente influi no sucesso de sua empresa? Algumas líderes revelam o que enfrentam pelo fato de serem bonitas. **Revista Isto É Dinheiro**[*on-line*]. Disponível em: <http://www.istoedinheiro.com.br/noticias/37888_BELEZA+E+PODER>. Acesso em: 1 mar. 2014.

CASACA, Sara Falcão. **Trabalho emocional e trabalho estético**. Coimbra, Almedina. 2012.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede – a era de informação**: economia sociedade e cultura. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CAVEDON, Neusa Rolita. **Antropologia para administradores**. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 2008.

CHANLAT, Jean François. **Gestão empresarial**: uma perspectiva antropológica. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

COCCO, Giuseppe. A nova qualidade do trabalho na era da informação. In: LASTRES, Helena. M. M.; ALBAGLI, Sarita (Orgs.). **Informação e globalização na era do conhecimento**. Rio de Janeiro: Campus, 1999. cap. 10, p. 262-289.

COCCO, Giuseppe. **Trabalho e Cidadania**: produção e direitos na era da globalização. 2 ed. São Paulo: Cortez, 2001.

COMISSÃO DE APERFEIÇOAMENTO DE PESSOAL DE NÍVEL SUPERIOR - CAPES. Disponível em: <<http://www.capes.gov.br/component/content/article?id=2550:capex-aprova-a-nova-classificacao-do-qualis>>. Acesso em: 19 jan. 2017.

COUTO, Edvaldo Souza. Uma estética para corpos mutantes. In: COUTO, Edvaldo Souza; GOELLENER, Silvana Viladre (Orgs.). **Corpos mutantes**: ensaios sobre novas (d)eficiências corporais. Porto Alegre: UFRGS, 2007. cap. 3, p. 41-54.

DAGOGNET, François. **O corpo**. Rio de Janeiro: Forense, 2012.

DAL ROSSO, Sadi. **Mais trabalho!** A intensificação do labor na sociedade contemporânea. São Paulo: Boitempo, 2008.

DASSO JUNIOR, Aragon Erico. **Reforma do estado com participação cidadã?** Déficit democrático das agências reguladoras brasileiras. 2006. 460f. Tese (Doutorado em Direito) —

Programa de Pós-Graduação em Direito, Universidade Federal de Santa Catarina — UFSC, Florianópolis, SC, 2006.

DEJOURS, Christophe. **A loucura do trabalho**: estudo da psicopatologia do trabalho. São Paulo: Cortez, 1992.

_____. **O fator humano**. Rio de Janeiro: FGV, 2005.

DELEUZE, Giles. **Conversações**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1998.

DENZIN, Norman.K; LINCOLN, Yvonna.S. **The Sage Handbook of Qualitative Research**. Sage Publications, London, 2000.

DON'T hate me because I'm beautiful: Attractive women should not include a photo with a job application. **The Economist** [*on-line*], 31 mar. 2012. Disponível em: <<http://www.economist.com/node/21551535/>>. Acesso em: 10 maio 2014.

DUARTE, Letícia. Como os padrões de beleza estão de tornando mais exigentes e irreais: no Brasil, país que recentemente se tornou o campeão mundial de cirurgias estéticas, a onda é falar do corpo alheio, qualquer corpo. **Jornal Zero Hora** [*on-line*], 31 jan. 2015. Disponível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/noticias/proa/noticia/2015/01/como-os-padroes-de-beleza-estao-se-tornando-mais-exigentes-e-irreais-4691165.html>>. Acesso em: 12 fev. 2015.

DUARTE, Rosália. **Pesquisa Qualitativa**: reflexões sobre o trabalho de campo. Departamento de Educação da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 2002.

EATON, Marcia. Kantian and contextual beauty. In: BRANDT, P. Z. **Beauty Matters**. Bloomington: University Press, 2000. p. 27-36.

ECCEL, Cláudia S.; GRISCI, Carmem L. I.; TONON, Leonardo. Representações do corpo em uma revista de negócios. **Psicologia & Sociedade**, Porto Alegre, v. 22, fev. 2010.

ECO, Humberto. **História da beleza**. Rio de Janeiro: Record, 2010.

FARIA, José Henrique de; MENEGHETTI, Francis Kanashiro. O sequestro da subjetividade e as novas formas de controle psicológico no trabalho. In: FARIA, J. H. (Org.). **Análise crítica das teorias e práticas organizacionais**. São Paulo: Atlas, 2007. p. 45-67.

FERREIRA, Gabriel. Beleza natural cria modelo de sucesso no acirrado mundo dos salões. **Revista Veja** [*on-line*]. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/noticia/economia/>>. Acesso em: 10 abr. 2014.

FISCHER, Rosa Maria Bueno. **Adolescência em discurso**: mídia e produção de subjetividade. 1996. 300f. Tese (Doutorado em Educação) — Programa de Pós-Graduação em Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul — UFRGS, Porto Alegre, RS, 1996.

_____. **Trabalhar com Foucault**: arqueologia de uma paixão. Belo Horizonte: Autêntica, 2012.

FLETCHER, Jason M. Beauty vs. brains: early labor market outcomes of high school graduates. **Economics letters**, v. 105, n. 3, p. 321-325, 2009.

FLICK, Uwe. **Desenho da pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

FONTES, Malu. Os percursos do corpo na cultura contemporânea. In: COUTO, E. S.; GOELLNER, S. V. (Orgs.). **Corpos mutantes: ensaios sobre novas (d)eficiências corporais**. Porto Alegre: UFRGS, 2007. cap. 5, p. 76-88.

FOUCAULT, Michel. **História da sexualidade: o uso dos prazeres**. Rio de Janeiro: Graal, 1984. v. 2.

_____. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Graal, 1992.

_____. **Vigiar e punir: nascimento da prisão**. Petrópolis: Vozes, 1996.

_____. **A hermenêutica do sujeito**. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

_____. **Ditos e escritos: ética, sexualidade e política**. Rio de Janeiro: Forense, 2006. v. 5.

FREZZA, Marcia; GRISCI, Carmem Ligia Iochins; KESSLER, Cristiano. Tempo e espaço na contemporaneidade: uma análise a partir de uma revista popular de negócios. **Revista de Administração Contemporânea – RAC**, Rio de Janeiro, v. 13, p. 8-503, 2009.

GAULEJAC, Vincent. **Gestão como doença social: ideologia, poder gerencialista e fragmentação social**. São Paulo: Ideias e Letras, 2007.

GERGEN, Kenneth. J. O movimento do construcionismo social na psicologia moderna. **Rev. Internacional Interdisciplinar INTERthesis**, Florianópolis, v. 6, n. 1. p. 229-325, 2009.

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

GALVÃO, Alexandre Patez; SILVA, Geraldo; COCCO, Giuseppe. **Capitalismo cognitivo**. DP&A: Rio de Janeiro: 2003.

GODOY, Arilda Schmidt. Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 35, n. 3, p. 20-29, mai./jun. 1995.

GOLDENBERG, Miriam. Gênero e corpo na cultura brasileira. **Revista de psicologia clínica**, Rio de Janeiro, v. 17, n. 2, p. 65-80, 2005.

GORZ, André. **O imaterial: conhecimento, valor e capital**. São Paulo: Annablume, 2005.

GRISCI, Carmem Ligia Iochins. Trabalho imaterial, controle rizomático e subjetividade no novo paradigma tecnológico. **RAE – Eletrônica**, v. 7, n. 1, art. 4, jan./jun. 2008.

_____; BECKER, João L.; SCALCO, Priscila D.; KRUTER, Gabriela E. A beleza física no contexto do trabalho imaterial bancário. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 32., 2008, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro, 2008.

_____; DEUS, Estéfani S. de; RECH, Sabrina; RODRIGUES, Maura F.; GOIS, Pedro H. de. Beleza física e trabalho imaterial bancário: do politicamente correto à rentabilização. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE PSICOLOGIA ORGANIZACIONAL E DO TRABALHO, 6., 2014, Bonito. **Anais...** Bonito: Associação Brasileira de Psicologia Organizacional e do Trabalho. 2014.

_____; Carmem Ligia Iochins; CARDOSO, Jonas. Experimentação do tempo e estilos de vida em contexto de trabalho imaterial. **Cad. EBAPE.BR**, v. 12, nº 4, art. 6, Rio de Janeiro, Out./Dez. 2014.

HAKIN, Catherine; WEINBERG, Deborah. Capital erótico: você sabe o que é? sabe se tem? **Revista UOL** [on-line], abr. 2010. Disponível em: <<http://noticias.bol.uol.com.br/internacional/2010/04/19/capital-erotico-voce-sabe-o-que-e-sabe-setem.jhtm>>. Acesso em: 10 maio 2014.

HAMERMESH, Daniel S.; BIDDLE, Jeff E. Beauty and the labor market. **The American Economic Review**, New York, v. 84, n. 5, p. 1174-1194, dez. 1994.

_____. PARKER, Amy. Beauty in the classroom: instructors' pulchritude and putative pedagogical productivity. **Economics of Educacion Review**, v. 24, p. 369-376, 2005.

HAMMOUTI, Nour-Din El.; ÍÑIGUEZ, Lupicínio. A pós-modernidade: o novo Zeitgeist de nosso tempo. In: MARTINS, J. B. (Org.). **Temas em análise institucional e em construcionismo social**. São Carlos: RIMA; Curitiba: Fundação Araucária, 2002. p. 101-126.

HARDT, Michael; NEGRI, Antonio. **Multidão**. Rio de Janeiro: Record, 2005.

_____. **Império**. Rio de Janeiro: Record, 2006.

HARPER, Barry. Beauty, stature and the labor market: a British cohort study. **Oxford bulletin of economics and statistics**, Oxford, v. 62, n. 1, p. 771-800, 2008.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna**: uma pesquisa sobre as origens da mudança social. São Paulo: Edições Loyola, 1993.

HERNANDES, Ivone Vargas. ¿Tu belleza puede dejarte sin empleo? Una mujer considerada bonita no siempre es elegida para realizar un trabajo masculino: estudio entre las mismas mujeres se suele excluir a la candidata que representa competencia por su físico. **Revista CNN Expansión**. Disponível em: <<http://www.cnnexpansion.com/mi-carrera/2011/03/10/mujer-belleza-discriminacion-trabajo-cnn>>. Acesso em: 10 abr. 2014.

IANNI, Octavio. **Teorias da globalização**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2008.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICAS. Conceitos. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/condicaoodevida/indicadoresminimos/conceitos.shtm>>. Acesso em 17 de jan. de 2017.

IBÁÑEZ, Tomaz. **Psicología social construccionista**. Guadalajara: Universidade de Guadalajara, 1994.

LAZZARATO, Mauricio. Trabalho e capital na produção dos conhecimentos: uma leitura através da obra de Gabriel Tarde; in GALVÃO, Alexandre Patez; SILVA, Geraldo; COCCO, Giuseppe. **Capitalismo cognitivo**. DP&A: Rio de Janeiro:2003 p 61-82.

LAZZARATO, Mauricio; NEGRI, Antônio. **Trabalho imaterial**: formas de vida e produção de subjetividade. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

LEIST, Anton. What makes bodies beautiful. **Journal of Medicine and Philosophy**, Zurique, v. 28, n. 2, p. 187-219, 2003.

LIPOVETSKY, Giles. **A era do vazio**: ensaio sobre o individualismo contemporâneo. Lisboa: Relógio D'Água, 1983.

LIVIO, Mário. **Razão Áurea**: A História de Fi, um número surpreendente. São Paulo: Record, 2008.

MANSANO, Sônia Regina Vargas. **Sorria, você está sendo controlado**: resistência e poder na sociedade de controle. São Paulo: Summus, 2009.

MANSANO, Sônia Regina Vargas; CARVALHO, Paulo Roberto de. Políticas de subjetivação no trabalho: Da sociedade disciplinar ao controle. Maringa: Psicologia em estudo, 2015.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia Científica**. São Paulo: Atlas, 2011.

MARRE, Jean L. História de vida e método biográfico. **Cadernos de Sociologia**, Porto Alegre, UFRGS, v. 3, n. 3, p. 89-141, 1991.

MARTIN, Ivan; PEROSA, Teresa. A beleza física: novos estudos mostram que a aparência é fator determinante no sucesso profissional — e que não há nada errado em usá-la. **Revista Época**, São Paulo, n. 697, p. 92-99, set. 2011.

MARTINS, João B. **Temas em análise institucional e em construccionismo social**. São Carlos: Rima, 2002.

MENDES, Maria Izabel Brandão de Souza. **Mens sana in corpore sano**: saberes e práticas educativas sobre corpo e saúde. Porto Alegre: Sulina, 2007.

MINAYO, Maria Cecília S. **O desafio do conhecimento**. Pesquisa qualitativa em saúde. São Paulo: Hucitec, 1992.

_____; SANCHES, Odécio. Quantitativo-Qualitativo: Oposição ou Complementaridade? **Cad. Saúde Públ.**, Rio de Janeiro, v. 9, n. 3, pp. 239-262, jul./set., 1993.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.). **Pesquisa Social. Teoria, método e criatividade**. 18 ed. Petrópolis: Vozes, 2001.

MIJARES, Maria Fernanda. Es la obesidad una barrera para conseguir empleo?: vidas activas y saludables como fórmula ganadora. **Revista En Oriente** [on-line], mai. 2014. Disponível em: <<http://www.enorient.com/canales/salud-y-vida/23523-es-la-obesidad-una-barrera-para-conseguir-empleo-vidas-activas-y-saludables-como-formula-ganadora>>. Acesso em: 10 abr. 2014.

MISKOLCI, Richard. Corpos elétricos: do assujeitamento à estética da existência. **Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 14, n. 3, p. 681-993, set./dez. 2006.

MORRIS, Stephen. The impact of obesity on employment. **Labour economics**, v. 14, p. 413-423, 2007.

NOVAES, Joana de Oliveira. Beleza e feiura: corpo feminino e regulação social. In: PRIORE, M.; AMANTINO, M. (Orgs.). **História do corpo no Brasil**. São Paulo: Unesp, 2011. cap. 17, p. 507-531.

OTOBONI, Jéssica. Pai de Gisele revela segredos de gestão que nortearam carreira da filha. **Revista Veja** [on-line], ago. 2013. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/noticia/economia/>>. Acesso em: 10 abr. 2014.

PAIVA, Raquel; SODRÉ, Muniz. **O império do grotesco**. Rio de Janeiro: Mauad, 2002, 2ed. 2014.

PELBART, Peter. **A vertigem por um fio**: políticas da subjetividade contemporânea. São Paulo: Iluminuras; FAPESP, 2000.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi. **Corpos de passagem**: ensaios sobre a subjetividade contemporânea. São Paulo: Estação Liberdade, 2001.

SARTWELL, Crispin. **Six names of beauty**. New York: Routledge, 2004.

SCHOPENHAUER, Arthur. **Metafísica do belo**. São Paulo: Unesp, 2003.

SCHWANDT, Thomaz A. Three epistemological stances for qualitative inquiry: interpretativism, hermeneutics and social constructivism. In: DENZIN, N.K; LINCOLN, Y.S. **The Sage Handbook of Qualitative Research**. Sage Publications, London, 2000.

SENNETT, Richard. **Juntos**: os rituais, os prazeres e as políticas de cooperação. São Paulo: Record, 2012a.

_____. **A corrosão do caráter**: consequências pessoais do trabalho no novo capitalismo. Rio de Janeiro: Record, 2012b.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do Trabalho Científico**. 23. ed. São Paulo: Cortez, 2007.

SHINAMOTO, Marina. Registros de MEI do mercado da beleza cresce no Brasil. **Investimentos e Negócios on-line**. São Paulo, 05 de março de 2016. Disponível em

<<http://www.investmentosenoticias.com.br/noticias/negocios/registros-de-mei-do-mercado-da-beleza-cresce-649>>. Acessado em 26 de janeiro de 2017.

SOCIEDADE BRASILEIRA DE CIRURGIA PLÁSTICA — SBCP. Disponível em: <<http://www2.cirurgiaplastica.org.br/>>. Acesso em: 1 set. 2013.

SOCIEDADE BRASILEIRA DE CIRURGIA PLÁSTICA — SBCP. Disponível em: <http://www2.cirurgiaplastica.org.br/wp-content/uploads/2014/08/ISAPS_quick_facts.pdf>. Acesso em: 17 jan. 2017a.

SOCIEDADE BRASILEIRA DE CIRURGIA PLÁSTICA — SBCP. Disponível em: <<http://www2.cirurgiaplastica.org.br/wp-content/uploads/2012/11/pesquisa2009.pdf>>. Acesso em: 17 jan. 2017b.

TOZZI, Eduardo. Beleza física pode trazer vantagens para a carreira. **Revista Exame**, São Paulo, n. 170, p. 1-2, ago. 2012.

TRIVIÑOS, Augusto N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**. São Paulo: Atlas, 2009.

VALENTE, Edson. Atratividade social no trabalho é mais importante que beleza física, diz cientista. **Revista UOL** [*on-line*], set. 2012. Disponível em: <<http://economia.uol.com.br/empregos-e-carreiras/noticias/redacao/2012/09/05/atratividade-social-e-mais-importante-que-beleza-fisica-diz-cientista.htm>>. Acesso em: 10 abr. 2014.

VALOR econômico: Indústria de higiene e beleza deve crescer 12%. [S.I., 2012]. Disponível em: <<http://www.abihpec.org.br/2012/09/valor-economico-industria-de-higiene-e-beleza-deve-crescer-12/>>. Acesso em: 27 abr. 2014. Artigo postado no portal da Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC).

VEJA quando o capital erótico passa de positivo a negativo na carreira. **Revista UOL** [*on-line*], abr. 2012. Disponível em: <<http://economia.uol.com.br/planodecarreira/ultimas-noticias/infomoney/2010/04/2012/veja-quando-o-capital-erotico-passa-de-positivo-a-negativo-na-carreira.jhtm>>. Acesso em: 10 maio 2014.

WADE, Nicholas. Scientists Seek Ban on Method of Editing the Human Genome. **The New York Times** [*on-line*], mar. 2015. Disponível em: <http://mobile.nytimes.com/2015/03/20/science/biologists-call-for-halt-to-gene-editing-technique-in-humans.html?_r=0>. Acesso em: 24 mar. 2015.

WOLF, Naomi. **O mito da beleza**: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres. Rio de Janeiro: Rocco, 1992.

APÊNDICE A – RESULTADOS DO LEVANTAMENTO BIBLIOGRÁFICO EFETUADO

Ano	Nome da Revista	Nome do artigo	Palavra-chave
2010	Brazilian Business Review (Online)	Internationalization strategy and foreign distribution channels: analysis of the brazilian cosmetics company Natura.	"beauty"
2010	Ciência e Saúde Coletiva (Impresso)	O corpo, a cirurgia estética e a Saúde Coletiva: um estudo de caso.	"body" "beauty"
2010	International Journal of Human Resource Management	Beyond managerialism?	"managerialist management"
2010	Revista Brasileira de Enfermagem (Impresso)	Meu corpo dependente: representações sociais de pacientes diabéticos.	"body"
2011	Administrative Science Quarterly	Beauty Imagined: A History of the Global Beauty Industry.	"beauty"
2011	African Journal of Business Management	Effect of physical attractiveness and customer perceived service quality in the cosmetology industry	"body"
2011	Ciência e Saúde Coletiva (Impresso)	Nutrição Estética: valorização do corpo e da beleza através do cuidado nutricional.	"body""beauty"
2011	Psicologia: Reflexão e Crítica (Impresso)	Imagem corporal e características de personalidade de mulheres solicitantes de cirurgia plástica estética.	"body" "beauty"
2012	Administrative Science Quarterly	Rethinking the Knowledge Controversy in Organization Studies: A Generative Uncertainty Perspective.	"beauty"
2012	Gender, Work and Organization	Body Beautiful? Gender, Identity and the Body in Professional Services Firms	"body" "beauty"
2012	Psicologia: Reflexão e Crítica (Impresso)	Desenvolvimento e validação de escalas brasileiras de percepção e internalização de normas corporais.	"body" "beauty"
2013	African Journal of Business Management	Research of personnel selection methods in the Greek private bank sector Miltiadis S. Chalikias.	"beauty"
2013	African Journal of Business Management	Dilemmas and career development of Brazilian bank executives .	"immaterial labor"
2013	Human Relations	Review Article: When 'life itself goes to work: Reviewing shifts in organizational life through the lens of biopower.	"managerialist management"
2013	Organização e Sociedade	Conexões entre trabalhadores: alternativas para além dos discursos hegemônico de grupos de equipes.	"immaterial labor"
2014	Brazilian Business Review (Online)	Rational and Emotional Communication in Advertising in Women's Magazines in Brazil.	"beauty"
2014	Ciência e Saúde Coletiva (Impresso)	Cirurgias estéticas, discurso médico e saúde	"beauty"
2014	Ciência e Saúde Coletiva (Impresso)	Dissatisfaction with body image among adolescent students: association with socio-demographic factors and nutritional status.	"beauty"
2014	Human Relations	Obesity in organizational context.	"beauty"
2014	Human Relations	Thrilled by the discourse, suffering through the experience: Emotions in project-based work.	"managerialist management"
2014	Human Resource Management	Waistlines and Ratings of Executives: Does Executive Status Overcome Obesity Stigma?	"managerialist management"

(continuação)

2014	Journal of Population Economics	Unexplored dimensions of discrimination in Europe: homosexuality and physical appearance.	"beauty"
2014	Leadership Quart	Beauty is in the in-group of the behelded: Intergroup differences in the perceived attractiveness of leaders.	"beauty"
2014	Organizational Behavior Human Decision Processes	Don't hate me because I'm beautiful: Acknowledging appearance mitigates the "beauty is beastly" effect.	"beauty"
2014	Leadership Quart	Facial Appearance and leadership: Na overview and challenges for new research.	"beauty"
2014	Ciência e Saúde Coletiva (Impresso)	Fatores que interferem na sexualidade de idosos: uma revisão integrativa	"beauty"
2015	International Journal of Human Resource Management	Revisiting the beauty is beastly effect: examining when and why sex and attractiveness impact hiring judgments.	"beauty"
2015	Brazilian Business Review (Online)	Brand's Effect on the Evaluation of Advertising Endorsed by Celebrities: an Experimental Study.	"beauty"
2016	Ciência e Saúde Coletiva (Impresso)	O conhecimento e a utilização de filtro solar por profissionais da beleza	"beauty"
2016	Gender, Work and Organization	Gender, the Body and Organization Studies: Que(e)rying Empirical Research	"body"
2016	Gender, Work and Organization	Women Elite Leaders Doing Respectable Business Femininity: How Privilege is Conferred, Contested and Defended through the Body	"body"
2016	Human Relations	Digging deeper towards capricious management: 'Personal traits become part of the means of production	"immaterial labor"

Fonte: elaborada pela autora.

APÊNDICE B- MODELO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO**EMBELEZAMENTO FÍSICO: REQUISITO DA GESTÃO GERENCIALISTA PARA O EXERCÍCIO DO TRABALHO IMATERIAL?**

VENHO POR MEIO DO PRESENTE INSTRUMENTO CONVIDÁ-LO (A) A PARTICIPAR DE UM ESTUDO ACADÊMICA QUE VISA ESTUDAR AS RELAÇÕES ENTRE EMBELEZAMENTO FÍSICO, GESTÃO GERENCIALISTA E TRABALHO IMATERIAL

O estudo tem como objetivo verificar e analisar do ponto de vista dos trabalhadores como o embelezamento físico pode ser elemento importante para o exercício do trabalho imaterial. Tal objetivo será alcançado através do estudo de trabalhadores que efetuaram cirurgias plásticas estéticas. Tais trabalhadores serão indicados por cirurgiões plásticos que também serão entrevistados. Este estudo não terá nenhum custo e nem será realizado nenhum tipo de pagamento ao participante, sendo de sua livre e espontânea vontade optar por participar ou não, tendo em vista que o objetivo é de cunho acadêmico. Os dados serão utilizados apenas para fins acadêmicos e não haverá nenhum risco ao participante, sendo o sigilo preservado.

A entrevista iniciará após a leitura desse termo de consentimento e da explicação de todas as dúvidas que possam surgir. Será pedida permissão ao participante para registrar a entrevista, com o fim único e exclusivo de que o pesquisador não perca nenhum detalhe do que for dito ao longo desta. A participação neste estudo será voluntária e o entrevistado não será obrigado a finalizar a entrevista, podendo interromper ou cancelar sua participação a qualquer momento. Além disso, o participante poderá, a qualquer momento, retirar o seu consentimento. Em caso de dúvida, esclarecimentos ou cancelamento da minha participação na pesquisa, entrarei em contato com a pesquisadora Estéfani Sandmann de Deus (051) 9168-1604.

DATA: / /

Nome do Participante:

Assinatura

APÊNDICE C – ROTEIRO BÁSICO DE ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA COM MÉDICOS CIRURGIÕES PLÁSTICOS

1. Fale sobre você, tempo de profissão, área de atuação, principais especialidades?
2. Quais as principais cirurgias plásticas feitas no RS?
3. Qual o perfil dos pacientes que buscam intervenções cirúrgicas?
4. Quais os principais motivos relatados pelos pacientes para efetuarem cirurgias plásticas estéticas?
5. Existem pacientes recorrentes, ou seja, que buscam intervenções seguidamente? Qual perfil destes pacientes? Quais os motivos de tantas intervenções?
6. Como o paciente que efetua cirurgias plásticas estéticas vê seu corpo? Ele fala sobre os cuidados que ele tem, os métodos e procedimentos utilizados? Se sim, quais seriam estes?
7. Para você, o que é embelezamento físico?
8. Qual a importância, em sua opinião, do embelezamento físico para o trabalho?
9. Você considera que, em alguma medida, melhorar a aparência física através de cirurgia plástica estética pode acarretar em benefícios para o trabalho? Por quê?
10. Algum paciente já referiu algum tipo de vantagem no trabalho por conta de cirurgia estética realizada? Conte o caso.
11. O paciente que efetua cirurgias plásticas estéticas se refere a algo sobre o trabalho dele nas consultas? O quê?
12. Quais as principais vantagens citadas pelo paciente após a realização da cirurgia plástica estética realizada?
13. Como o paciente que efetua cirurgias plásticas estéticas se refere a si mesmo no futuro após a modificação ocasionada pela cirurgia? Ele sonha com que modificações de vida?
14. Você percebe indícios de que pacientes buscam tais intervenções por conta de exigências do trabalho? Quais são estes indícios? Que pacientes você imagina que possam efetuar as cirurgias, também, por conta do trabalho?
15. . Qual é, em sua opinião, o padrão de beleza física vigente atualmente?
16. Como as pessoas têm se preparado financeiramente para fazer a cirurgia plástica?

APÊNDICE D – ROTEIRO BÁSICO DE ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA COM TRABALHADORES QUE EFETUARAM CIRURGIA PLÁSTICA ESTÉTICA

1. Fale brevemente sobre você, nome, idade, profissão e principais características?
2. Como você se vê como trabalhador? Faça um breve histórico de seu currículo? Onde trabalhou? Quanto tempo? Principais características dos trabalhos? Por que saiu?
3. Qual a natureza do seu trabalho atual? Qual tua função? Quais as principais características dele?
4. Como as tuas habilidades pessoais influenciam ou auxiliam na realização de tarefas do teu trabalho?
5. Descreva a empresa que você trabalha ou local de trabalho, como é esse local, os horários? Como é composto?
6. Como se vestem seus colegas de trabalho? E você? A aparência é importante para a empresa? Por quê?
7. Fale sobre a relação com os colegas de trabalho, o que conversam? O que os colegas observam uns dos outros?
8. Existe algum tipo de competição por postos de trabalho? Como ela acontece? O que implica?
9. Tem alguém que você se inspire dentro ou fora de seu ambiente de trabalho? Por quê? Descreva as características desta pessoa que servem de inspiração para você?
10. Como é a relação com a chefia?
11. Você costuma trabalhar além do horário estipulado? Quantas vezes na semana?
12. O que sua família fala sobre seu trabalho?
13. O que, para você, significa embelezamento físico?
14. Para você, embelezamento tem alguma relação com o trabalho? Por quê? Como?
15. Você utiliza de quais procedimentos estéticos em prol de embelezamento físico?
16. Você foi indicado por um cirurgião plástico, poderia me informar quantas cirurgias plásticas estéticas realizou? Quando fez cada uma delas (ano, período específico, férias, por exemplo)? Por quais motivos?

17. Você acredita que, de alguma forma, a cirurgia plástica estética realizada influenciou no teu trabalho? Como? Por quê?
18. Você faria novas intervenções? Quais? Por qual motivo?
19. Como você se vê em alguns anos com relação ao seu trabalho?
20. O que mudou no teu trabalho após as intervenções realizadas? Os colegas notaram? Alguém comentou? O que foi comentado?
21. Como a intervenção cirúrgica realizada mudou sua percepção com relação ao embelezamento físico?
22. Como a intervenção cirúrgica realizada mudou sua percepção com relação ao trabalho?
23. Como a intervenção cirúrgica realizada mudou sua percepção com relação a sua vida?
24. Qual é, na tua opinião, o padrão de beleza física vigente atualmente?
25. Como você se preparou financeiramente para fazer a cirurgia plástica?