



GÊNERO

A BELEZA E O MERCADO DE TRABALHO: UMA PERSPECTIVA DE GÊNERO

Ruth Helena Dweck
Alberto Di Sabbato

Resumo: Pesquisas realizadas na América do Norte e no Brasil revelam o caráter discriminatório que o conceito de "Beleza" assumiu no mercado de trabalho, transformando-se em uma variável econômica importante, com forte impacto não apenas neste mercado como nos mercados de bens e serviços do segmento de higiene pessoal. Elas mostram, inclusive, o efeito da aparência física dos indivíduos em seus rendimentos, ao constatar empiricamente que as pessoas de aparência simples ganham muito menos que as pessoas com boa aparência. Provavelmente, este comportamento seja um dos fatores que explicam o crescimento e as transformações no segmento de estética e higiene pessoal ao longo dos últimos anos, no Brasil e no mundo. Este trabalho tem como objetivo analisar a evolução dos chamados serviços pessoais que fazem parte deste segmento, com ênfase em sua capacidade de gerar emprego, assim como uma avaliação do perfil desse emprego. Para este estudo, foram consideradas as seguintes ocupações: cabeleireiros, manicures, barbeiros, massagistas, esteticistas, técnicos de esporte das academias de ginástica e dança, que juntas representam mais de 90% do emprego nesse segmento. Os serviços realizados por estes profissionais são relativamente simples, não exigem um conhecimento especializado e muito menos tecnológico, muitos deles são personalizados, com grau de substituição relativamente baixo. O perfil desses trabalhadores foi traçado com base em variáveis relativas à distribuição por sexo, faixa etária, nível de escolaridade, renda, e posição na ocupação, tanto em termos globais, quanto para cada um dos profissionais selecionados.

Niterói, v. 6, n. 2 - v. 7, n. 1, p. 95-128, 1. - 2. sem. 2006 **95**

Contextualização do estudo

Este estudo tem por objetivo a análise da evolução das atividades que têm girado em torno do conceito de “Beleza” na última década, e seu reflexo no mercado de trabalho, tendo como referência o trabalho realizado por Dweck, R. H. em 1999.¹ De acordo com essa pesquisa, a partir da década de 1980, a “beleza” assumiu um caráter discriminatório no mercado de trabalho, transformando-se em uma variável econômica importante, com forte impacto não apenas no mercado de trabalho, como também nos mercados de bens e serviços do segmento de higiene pessoal. De acordo com o trabalho referência, este fenômeno fora constatado formalmente em duas pesquisas realizadas nos Estados Unidos e no Canadá nos anos 1970.²

Até aquela data, a literatura socioeconômica registrava apenas as discriminações por sexo e raça no mercado de trabalho, as quais tornaram-se temas de debate na academia e na sociedade em geral, gerando inúmeras pesquisas realizadas por antropólogos, sociólogos e psicólogos sociais, cuja fundamentação teórica está no processo discriminatório.³ Só nos Estados Unidos foram realizados vários estudos sobre discriminação com relação a negros, latinos, mulheres, minorias étnicas e deficientes físicos.⁴ O resultado desses estudos foi o estabelecimento de uma legislação consistente para proteger esses grupos de atitudes discriminatórias, principalmente no mercado de trabalho.

A nova dimensão do conceito de discriminação fez com que a “Beleza”, expressão máxima da aparência pessoal, se revelasse como tema importante de pesquisa na literatura econômica internacional, pela repercussão que tal predicado tem exercido no mercado de trabalho. Como foi revelado no artigo referência, Hamermesh e Briddle,⁵ em suas pesquisas realizadas na América do Norte, chegaram a uma conclusão sobre o efeito da aparência física dos indivíduos em seus rendimentos, ao constatar empiricamente que as pessoas de aparência simples ganham muito menos que as pessoas com boa aparência. Mais sério ainda é que eles afirmam que a penalidade pela simplicidade é de 5% a 10% maior do que o prêmio pela beleza, tanto para as mulheres como para os homens,⁶ controlado por outras variáveis como educação e experiência. Sendo que, para determinadas profissões, a aparência é mais importante, pois, de fato, as ocupações que requerem maior contato interpessoal tem uma percentagem maior de empregados com a aparência acima da média.⁷ No entanto, esses autores mostraram que essa discriminação se dá em todas as ocupações.

Mais recentemente, no final dos anos 1990, Hamermesh e Briddle realizaram uma outra pesquisa para mostrar que uma característica atribuída gera um diferen-



GÊNERO

cial nas remunerações nos mais diversos setores. Eles investigaram a influência da beleza nos salários dos advogados, utilizando dados coletados em uma mesma Escola de Direito, referentes às classes de graduandos dos anos de 1970 e 1980. Esse estudo concluiu que: a) os advogados de melhor aparência que se graduaram nos anos 1970, após cinco anos de prática, ganhavam mais que seus colegas de turma com má aparência, quando tudo mais é constante. E esse efeito tornava-se maior com o aumento dos anos de prática. Entretanto, eles observaram que não havia qualquer impacto da beleza nos ganhos daqueles que se graduaram nos anos de 1980, reforçando a tese da influência do modismo; b) os advogados que atuavam no setor privado tinham a aparência melhor do que aqueles que atuavam no setor público, cujos salários, fixados por lei, não estavam sujeitos a este tipo de discriminação. Os resultados dessa pesquisa confirmam a tese de que os advogados de melhor aparência são mais bem-sucedidos em suas causas, porém não foi possível determinar se este resultado é porque os clientes discriminam ou porque esses advogados têm mais chances de obter ganhos maiores para seus clientes.⁸

Um outro estudo realizado por Harper, B. (2000) também mostra a influência da aparência física no mercado de trabalho em geral, sendo que nas mulheres o impacto é maior.⁹ De acordo com esse estudo, a aparência física tem um efeito substancial no diferencial de salários e nas entrevistas de emprego para homens e mulheres. Sachsida et alli (2004), seguindo a linha econométrica da pesquisa dos autores americanos citados anteriormente, constataram que também no Brasil a aparência física afeta os rendimentos das pessoas, na medida em que indivíduos com más características físicas recebem punição salarial.¹⁰

Provavelmente, os resultados dessas pesquisas representam os motivos que explicam o crescimento e as transformações no segmento de estética e higiene pessoal ao longo dos últimos anos, no Brasil e no mundo. Não é por acaso que as barbearias, restritas basicamente a cortes de cabelo, praticamente desapareceram, não apenas nos Estados Unidos como no mundo inteiro, dando lugar aos chamados salões de beleza *unissex*.¹¹ Este trabalho tem como objetivo analisar a evolução dos serviços relativos às atividades de higiene pessoal, com ênfase em sua capacidade de gerar emprego, e também na avaliação do perfil desse emprego. A análise do emprego no setor serviços foi feita com base nas ocupações registradas na Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios – PNAD/IBGE dos anos de 1995, 2001 e 2003.¹²

As atividades relativas à beleza, objeto de estudo deste trabalho, estão inseridas no segmento de serviços pessoais, no código 93 da Classificação de Atividades Econômicas – CNAE do IBGE. Tais serviços são relativamente simples, não exigem um conhecimento especializado e muito menos tecnológico, muitos deles são personalizados, isto é, realizados especificamente para cada cliente, com grau de substituição relativamente baixo. As principais ocupações desse segmento são: cabeleireiros, manicures, barbeiros, massagistas, esteticistas, técnicos de esporte das academias de ginástica e dança, que juntos representam mais de 90% do emprego nesse seg-



GÊNERO

mento, por isso mesmo selecionadas para análise neste trabalho. Para traçar o perfil desses trabalhadores e suas relações econômicas e sociais, levantaram-se informações referentes à distribuição por sexo, faixa etária, nível de escolaridade, renda e posição na ocupação, tanto em termos globais, quanto para os profissionais selecionados que atuam nesta atividade. Do ponto de vista espacial, o estudo, de caráter nacional, considerou também o aspecto regional, ao analisar o perfil do segmento de higiene pessoal nas macrorregiões brasileiras.

Influência da “beleza” nas atividades econômicas: uma síntese

As pesquisas realizadas nos Estados Unidos e Canadá, sobre o crescimento das atividades relativas à beleza naqueles países, têm enfatizado a influência que a aparência física exerce no mercado de trabalho, suplantando, inclusive, os efeitos da maciça entrada das mulheres no mundo do trabalho fora de casa, a partir da década de 1970. Estes autores ressaltam que o elemento crucial na trajetória dos serviços de beleza é dado pela *moda*, que é construída, em parte, pela indústria de perfumaria e cosméticos, pela mídia¹³ e pelos movimentos sociais que, ao valorizarem certos aspectos raciais e culturais, influenciam em escalas nacional e mundial o consumo desses serviços e produtos. Agrega-se a estes fatores o peso que a vaidade¹⁴ tem no comportamento das pessoas (mulheres e homens). Segundo Pastore, J. (2000), a vaidade é um fator de grande importância econômica e social no Brasil. De acordo com uma pesquisa de opinião pública realizada em 30 países,¹⁵ o Brasil figura entre os países mais vaidosos, ocupando o sétimo lugar no *ranking*, indicando que 30% dos brasileiros pensam na aparência o tempo todo. Surpreendentemente, povos com fama de vaidosos ficaram abaixo do Brasil, como os americanos (22%), os argentinos (18%), italianos (12%) e franceses (11%). Segundo essa pesquisa, os venezuelanos são as pessoas mais vaidosas do mundo: 65% das mulheres e 47% dos homens pensam em sua aparência o tempo todo, seguido pelos mexicanos (42%), russos (40%) e turcos (36%). Ainda de acordo com essa pesquisa, o povo menos vaidoso do mundo é o alemão, que gasta apenas 5% de seu tempo pensando em sua aparência.

O *modismo* também é um dos fatores explicativos para o bom desempenho das atividades relativas à beleza, seja da indústria de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos, seja dos serviços de estética e higiene pessoal. Não foi por acaso que as variações nos estilos de cabelo provocaram a transferência de determinados tratamentos de cabelo, dos salões de beleza para o *auto-serviço*,¹⁶ ou seja, realizado em casa, pelas próprias pessoas. Evidentemente este movimento foi sustentado ou mesmo impulsionado pelo setor industrial. As pesquisas realizadas nos Estados Unidos e Canadá mostram bem esse movimento ocorrido entre os anos 1970 e 1980 naqueles países. Entre 1972 e 1984, o conjunto de serviços oferecidos pelos salões de beleza mudou significativamente, devido, basicamente, às mudanças na moda. No final dos anos 1960 e início dos anos 1970, o cabelo longo tornou-se popular, requerendo

98 Niterói, v. 6, n. 2 - v. 7, n. 1, p. 95-128, 1. - 2. sem. 2006



GÊNERO

mais atenção dos estilistas de cabelo nesse período do que no período seguinte cuja moda era mais simples.¹⁷ Depois de 1972, veio a moda do cabelo curto e o *natural look*, que requeria menos estilo, diminuindo a importância do estilista profissional.¹⁸ No final dos anos 1980, as visitas aos salões de beleza restringiam-se ao corte de cabelo, lavados em casa, reduzindo o tempo para a realização desses serviços. Provavelmente, isto pode explicar o aumento da produtividade dessas atividades relacionadas à beleza no período entre 1972 e 1984, cuja taxa média anual foi de 0,8%.¹⁹ No entanto, esse período não tem um comportamento uniforme: entre 1972 – 1976, a queda da produtividade dos serviços de higiene pessoal nos Estados Unidos está associada à restrição dos serviços realizados nos salões de beleza, devido à expansão do auto-serviço e à mudança na moda dos estilos de cabelo, reduzindo o número de serviços requeridos. Já o aumento da produtividade, depois de 1976, está ligado ao declínio do emprego por conta própria e às mudanças na moda, que passaram a exigir uma variedade de outros serviços. Ainda havia uma segmentação por sexo na oferta desses serviços: os salões de beleza eram restritos às mulheres e as barbearias, aos homens. O corte de cabelo constituía a principal atividade nos dois casos, porém os salões de beleza executavam um conjunto de serviços bem mais diversificados que as barbearias – permanentes, tintura, condicionamento, manicure e uma série de outros serviços cada vez mais sofisticados (como tratamento facial e capilar).

Nos Estados Unidos, o movimento *hippie* e as revoltas estudantis contra a Guerra do Vietnã na década de 1970 estabeleceram a moda dos cabelos longos masculinos. Isto levou os homens a exigir um tratamento profissional que não se restringia ao corte de cabelo puro e simplesmente; e assim eles se tornaram também usuários dos salões de beleza.²⁰ Esse movimento provocou o surgimento dos chamados salões *unissex*, prestadores de uma série de serviços comuns a ambos os sexos (corte de cabelo, permanente, lavagem/condicionador, além de tratamento facial). A principal característica destes estabelecimentos é prestar serviços sem espera e sem marcação de hora, o que representava uma mudança de *marketing* fundamental, contribuindo para o persistente declínio do número de barbearias nas últimas décadas. Essas mudanças se observaram no Brasil uma década depois. Hoje, este tipo de estabelecimento de beleza é o predominante, pois a vaidade não é uma prerrogativa feminina, pelo contrário, os homens também valorizam este sentimento.

As mudanças tecnológicas que envolveram as indústrias de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos e material elétrico, no final dos anos 1970, dando origem a uma série de novos produtos lançados sempre sob uma forte propaganda,²¹ exerceram um grande impacto no desempenho dos serviços de higiene pessoal. Esses novos produtos, pela facilidade de aplicação, também estimularam o *auto-serviço*. Ademais, o cabelo tingido, que se tornara moda nos anos 1970, perdeu importância com o *natural look* dos anos 1980. Assim, a demanda por *wash and wear* continuou crescendo nessa década, simplificando cada vez mais os penteados e, conseqüentemente, as visitas aos salões de beleza.²²



GÊNERO

Nos anos 1990, a longevidade da população e o desejo de parecer jovem provocaram uma nova onda para os cabelos tingidos que, além das mulheres, também atingiu os homens. De acordo com a pesquisa *Adonis Report*,²³ "os homens não são mais os mesmos", eles pintam os cabelos, depilam os pêlos, cuidam das unhas e usam cremes para retardar o envelhecimento e estão dispostos a todo tipo de tratamento estético. Segundo o responsável por esta pesquisa, os homens acreditam que uma boa aparência é importante para prosperar nos negócios. Este estudo revela o público-alvo dessas atividades como sendo os homens entre 25 e 34 anos, solteiros, com alto poder aquisitivo, que consomem, em média, 17 produtos de beleza regularmente, contra os seis adquiridos pelos homens de perfil tradicional.²⁴ Um levantamento feito pela Abihpec corrobora esta tese, ao constatar o crescimento deste mercado.

Pesquisas sociológicas e antropológicas feitas nos Estados Unidos mostram que fatores ligados à vaidade e ao *modismo* exercem uma influência maior nos serviços prestados pelos salões de beleza do que a tradicional composição da população feminina por faixa etária e o nível de renda deste segmento da população.²⁵ E mais ainda, as pesquisas industriais realizadas naquele país registram que, teoricamente, as mulheres entre 35 e 54 anos têm a probabilidade de visitar os salões de beleza com maior frequência, principalmente as que trabalham fora de casa. Entre 1972 e 1984, o emprego feminino, nos Estados Unidos, cresceu a uma taxa média anual de 3,3%, sem grandes modificações na composição etária. Em consequência, a renda média das mulheres que trabalhavam em tempo integral cresceu a uma taxa de 8% ao ano.²⁶ O aumento do número de mulheres empregadas, assim como de seus rendimentos, gerou um paradoxo: embora as mulheres dispusessem de mais dinheiro para gastar com a melhoria da aparência, tinham menos tempo para frequentar salões de beleza; por isso, cada vez mais os cabelos passaram a ser cuidados em casa.²⁷ Essa contradição resulta em duas alternativas observadas nos Estados Unidos na década de 1980: o *auto-serviço* (tratamento em casa) e os salões *unissex* que oferecem serviços mais simples, sem marcação de hora e sem espera. Ambas as alternativas exerceram pressão na indústria de higiene pessoal, assim como na de material elétrico, que passaram a oferecer produtos cada vez mais eficientes e de mais fácil aplicação; e também nos serviços de beleza que modernizaram suas instalações e expandiram a oferta de emprego mais qualificado.

A estrutura do emprego no segmento de higiene pessoal no Brasil

Conforme foi mencionado anteriormente, o segmento de estética e higiene pessoal envolve um grupo diversificado de profissionais, como: cabeleireiros, manicures, pedicuros, barbeiros, massagistas, calistas, esteticistas atuando nos institutos de beleza assim como técnicos esportistas que trabalham nas academias de ginástica, musculação e dança, os quais constituem mais de 90% do pessoal ocupado na

100 *Niterói*, v. 6, n. 2 - v. 7, n. 1, p. 95-128, 1. - 2. sem. 2006

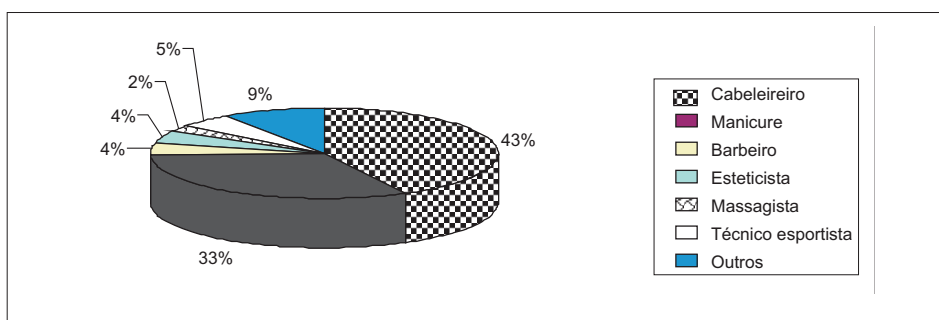




GÊNERO

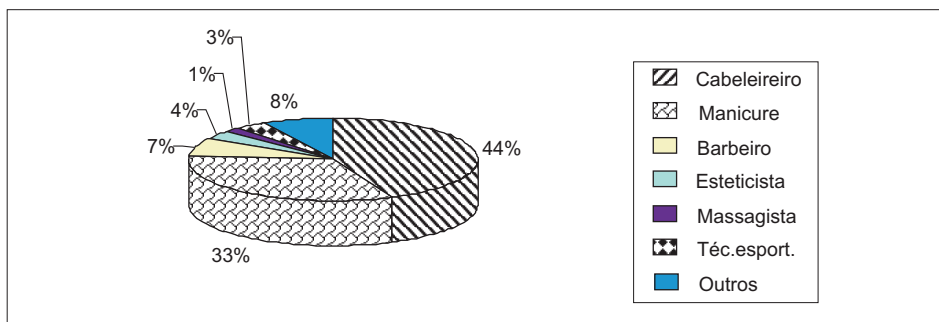
atividade.²⁸ Cabeleireiros e manicures representam quase 80% dos profissionais desse segmento, sendo que, em 2001, diminuiu um pouco a participação desses profissionais – ficando em 76% – em benefício de outras atividades, conforme mostram os Gráficos 1 e 2, a seguir.

Gráfico 1
Distribuição dos profissionais da atividade higiene pessoal por ocupação no Brasil – 2001



Fonte: PNAD/IBGE – 2001.

Gráfico 2
Distribuição dos profissionais da atividade de higiene pessoal por ocupação no Brasil – 1995



Fonte: PNAD/IBGE – 1995.

Tais serviços, “centrados no indivíduo”, em 1985 eram realizados principalmente por conta própria (média de 66,4%). Em 1995, provavelmente, a estabilidade econômica, gerada pelo Plano Real, criou as condições favoráveis à entrada de grandes redes multinacionais no início da década de 1990, o que provocou mudanças nas condições de trabalho, com o aumento da participação dos assalariados e a



GÊNERO

diminuição da participação dos trabalhadores por conta própria: movimento semelhante ao observado nos Estados Unidos nos anos 1970 e 1980.²⁹ O último censo de serviços realizado pelo IBGE em 1985 revelava que essas atividades ocupavam 6,1% dos estabelecimentos do total de outros serviços,³⁰ empregavam 3,6% do pessoal ocupado os quais percebiam 2,3% do montante das remunerações do setor e geravam 1,7% da receita. De acordo com a PAS – Pesquisa Anual de Serviços de 2002,³¹ houve um aumento significativo da participação dos estabelecimentos responsáveis pelas atividades de serviços pessoais e do pessoal ocupado nessa atividade em relação ao segmento outras atividades de serviços,³² que passou para 11,8% e 14,4%, respectivamente. Houve também melhoria nos salários e na receita líquida dessas atividades em relação aos outros serviços, porém ainda continuaram baixas, representando 8,7% e 5,2%, respectivamente.³³

No âmbito das atividades formais registradas na referida pesquisa do IBGE, pode-se constatar que este segmento, que faz parte dos serviços prestados às famílias, do mesmo modo, emprega mão-de-obra menos qualificada que percebe remuneração muito baixa, cuja média gira em torno de 1,7 salários mínimos desde 1985, conforme foi constatado no trabalho anterior, muito abaixo da média dos salários pagos pelo setor de prestação de serviços como um todo (três salários mínimos).³⁴ Embora o nível de remuneração desse segmento fosse baixo, era relativamente superior a outros segmentos como limpeza e conservação, provavelmente em decorrência da baixa elasticidade-cruzada de demanda desse segmento, tendo em vista o baixo grau de substituição de seus produtos, que em grande parte chegam a ser personalizados.

O fato de essas atividades não apresentarem barreiras à entrada – pois requerem um montante de capital relativamente pequeno para instalação e não necessitam de alto nível de qualificação da mão-de-obra, ainda operando, preferencialmente, em estabelecimentos de pequeno porte – determina que 75,6% dos estabelecimentos tenham até cinco pessoas, que empreguem 34% do pessoal ocupado e gerem 33,5% da receita líquida. Entretanto, pode-se constatar uma evolução com relação ao último censo de serviços realizado em 1985, o qual registrava que a maior parte (86,1%) dos estabelecimentos era composta de no máximo quatro pessoas, sendo responsáveis por 60% da receita. Hoje, 20,8% dos estabelecimentos têm entre 6 e 20 empregados, nos quais trabalham 36% do pessoal ocupado no segmento e geram 24,5% da receita líquida.³⁵

A população ocupada nas atividades de higiene pessoal (incluindo empregadores, empregados com carteira e sem carteira e conta própria) no Brasil, em 1985, totalizava 361 mil profissionais, tendo dobrado ao longo da década (679 mil pessoas em 1995), significando uma taxa média de crescimento de 6,7% ao ano. Em 2001, havia 911,5 mil pessoas trabalhando nesse segmento e, em 2003, já havia mais de um milhão de pessoas, o que significa um aumento de 53,5% no emprego desse segmento entre 1995 e 2003, cuja média anual foi de 6%, sendo que nos últimos dois anos essa taxa chegou a quase 7%.

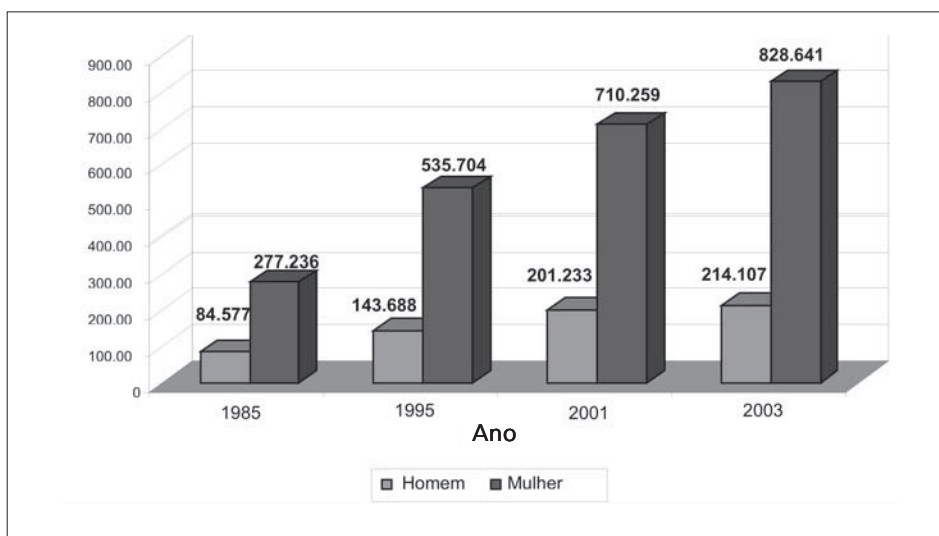
102 *Niterói, v. 6, n. 2 - v. 7, n. 1, p. 95-128, 1. - 2. sem. 2006*



GÊNERO

A maioria das atividades deste segmento é exercida principalmente pelas mulheres, conforme mostra o Gráfico 3. Em 2003, aumentou ainda mais a participação feminina nesse segmento, que nesse período representava quase 80% do pessoal ocupado, enquanto, no total da economia, a participação feminina é de 40,1% (PNAD/IBGE – 2003).

Gráfico 3
Total dos profissionais de higiene pessoal ocupados por sexo



Fonte: PNAD/IBGE – 1985/1995/2001/2003.

Esse crescimento é observado em todos os profissionais, porém com participações relativas diferentes. A profissão de técnicos de esporte, que engloba os professores de ginástica, dança e musculação, que atuam nas academias, surgiu em 1985 e cresceu muito na década seguinte, a uma taxa de 37% ao ano, entre 1985 e 1995. Nos anos seguintes, observa-se uma grande expansão nos postos de trabalho para esses profissionais, tendo dobrado entre 1995 e 2001. Observa-se, também, um aumento dos profissionais que atuam nos salões de beleza (cabeleireiros, manicures, massagistas e esteticistas) nesse período. Entre 1985 e 1995, essa expansão se deu a taxas relativamente altas, variando entre 12% e 4,0% ao ano. No período seguinte, o crescimento foi ainda maior: os profissionais massagistas e esteticistas cresceram, em média, 13,8 e 7,5% ao ano, entre 1995 e 2001, enquanto o número de cabeleireiros e de manicures, que representam 80% dos profissionais de beleza, aumentou 4,5 e 4,9% respectivamente, nesse período, conforme mostram as Tabelas 1 e 2. Em contraposição, os Estados Unidos registravam uma taxa de crescimento do emprego nos salões de beleza de 1,1% ao ano, entre 1972 e 1984.³⁶



GÊNERO

Como já se previra em Dweck (1999), os barbeiros constituem uma profissão em extinção: entre 1985 e 1995 ainda houve um aumento no número desses profissionais, entretanto, no período seguinte, observa-se uma diminuição absoluta, contrastando com o crescimento de todos os demais profissionais, revelando um movimento semelhante àquele observado na América do Norte.³⁷

Tabela 1
Brasil – Composição dos profissionais de higiene pessoal por sexo

Profissão	1985			1995			2001		
	Homem	Mulher	Total	Homem	Mulher	Total	Homem	Mulher	Total
Massagista	1.039	2.342	3.381	891	9.242	10.138	4.306	17.759	22.065
Cabeleireiro	27.517	88.277	115.794	66.944	227.753	294.697	106.584	277.128	383.712
Barbeiro	40.372	0	40.372	50.007	826	50.833	36.950	2.852	39.802
Esteticista	339	12.223	12.562	798	23.075	23.873	212	36.720	36.932
Manicure	1.144	150.698	151.842	528	221.578	222.106	321	295.684	296.005
Téc. esport.	422	547	969	12.772	10.470	23.242	29.720	17.232	46.952
Outros	13.744	23.149	36.893	11.748	42.755	54.503	23.140	62.884	86.024
Total	84.577	277.236	361.813	143.688	535.704	679.392	201.233	710.259	911.492

Fonte: PNAD/IBGE - 1985/1995/2001.

Tabela 2
Brasil – Composição dos profissionais de higiene pessoal por sexo – %

Profissão	1985		1995		2001	
	Homem %	Mulher %	Homem %	Mulher %	Homem %	Mulher %
Massagista	30,73	69,3	8,79	91,21	19,5	80,5
Cabeleireiro	23,76	76,2	22,72	77,28	27,8	72,2
Barbeiro	100,00	0,0	98,38	1,62	92,8	7,2
Esteticista	2,70	97,3	3,34	96,66	0,6	99,4
Manicure	0,75	99,2	0,24	99,76	0,1	99,9
Téc. esport.	43,55	56,4	54,95	45,05	63,3	36,7
Outros	37,25	62,8	21,55	78,45	26,9	73,1
Total	23,38	76,6	21,15	78,85	22,1	77,9

Fonte: PNAD/IBGE - 1985/1995/2001.

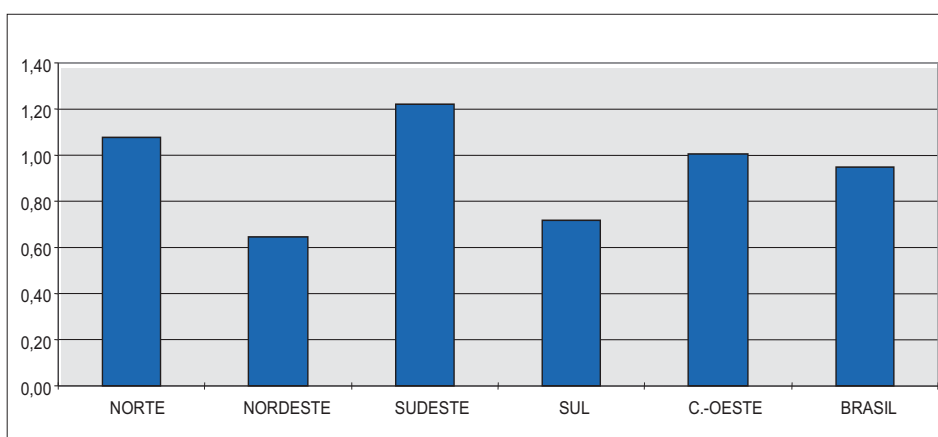
O segmento de higiene pessoal mostrou-se um grande absorvedor de mão-de-obra, tendo dobrado a taxa de ocupação entre 1985 e 1995, além de continuar a crescer nos anos seguintes a uma taxa média entre 6 e 7% ao ano. Em 1995, o emprego neste segmento representava quase 1% do total da população ocupada no país, sendo que nas regiões Norte e Sudeste essa participação era maior (acima de 1%). Em 2003, a ocupação neste segmento já representava 1,4% do total da economia.

104 Niterói, v. 6, n. 2 - v. 7, n. 1, p. 95-128, 1. - 2. sem. 2006



Inicialmente admitia-se que essa capacidade de absorção de mão-de-obra desse segmento devia-se à pouca exigência quanto ao nível de qualificação no exercício dessas tarefas, principalmente com relação às mulheres.³⁸ Entretanto, observou-se uma melhoria na qualificação desses profissionais nos últimos anos, inclusive aumentou muito o número de profissionais com nível universitário, como será mostrado em outra seção deste trabalho.

Gráfico 4
Pessoal ocupado em higiene pessoal em relação à população ocupada no Brasil e nas regiões – 1995

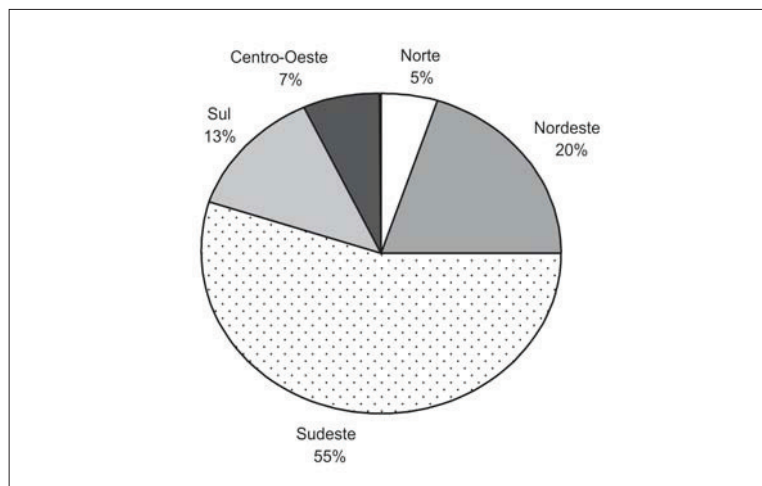


Fonte: PNAD/IBGE - 1995.

A região Sudeste, com suas capitais da moda e da beleza – Rio de Janeiro e São Paulo – concentra o maior contingente de trabalhadores em higiene pessoal, não apenas em termos absolutos, como também em termos relativos, como mostram os Gráficos 4 e 5. Em 1995, mais da metade dos profissionais desse segmento trabalhavam nessa região (55%, ver Gráfico 5). Em 2001, diminuiu um pouco a participação relativa desta região no emprego nas atividades de beleza em benefício das demais regiões, principalmente a região Centro-Oeste, que aumentou a participação de 7 para 9%. Esses dados sugerem uma relação positiva entre o grau de desenvolvimento regional, o nível de renda da população e sua capacidade de formar opinião, e a demanda por serviços de beleza.

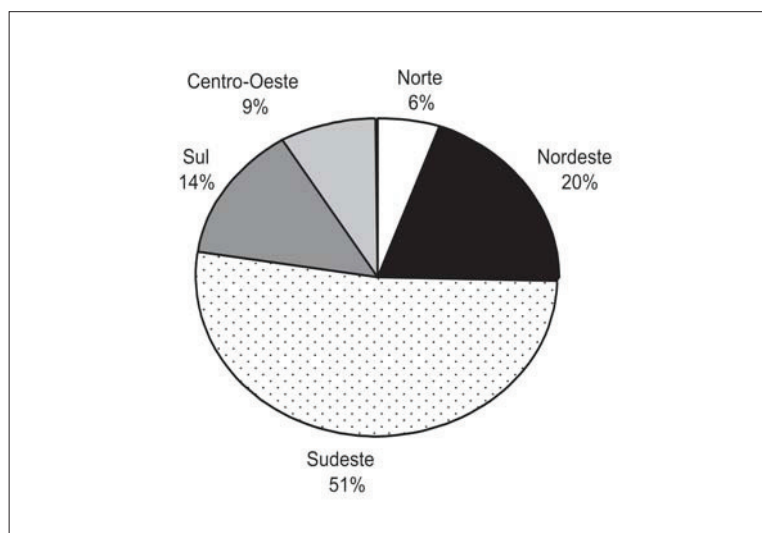


Gráfico 5
Distribuição do pessoal ocupado em higiene pessoal por macrorregião – 1995



Fonte: PNAD/IBGE – 1995.

Gráfico 5.1
Distribuição do pessoal ocupado em higiene pessoal por macrorregião – 2001



Fonte: PNAD/IBGE – 2001.



GÊNERO

Essa estrutura regional se reproduz em termos ocupacionais, corroborando a influência do nível de renda nos serviços de beleza. A região Sudeste tem o maior contingente de todos os profissionais. Já a região Nordeste, embora absorvendo 20% dos profissionais de higiene pessoal do país, concentra-os apenas nas ocupações tradicionais: cabeleireiros, manicures e barbeiros, perdendo posição nas demais ocupações, principalmente para a região Sul, mais rica e conseqüentemente demandante dos serviços mais sofisticados. Há um outro dado interessante que associa as atividades relativas à beleza com o desenvolvimento regional: enquanto os barbeiros têm uma participação pequena nas regiões Sudeste e Sul (16 e 12,5% dos trabalhadores masculinos do segmento) principalmente, estes profissionais ainda têm uma participação expressiva nas regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste (27, 21 e 22,5%), conforme mostra a Tabela 3.

A participação por região das esteticistas, profissão eminentemente feminina, contrariamente à participação dos barbeiros, está diretamente associada ao grau de desenvolvimento regional. Enquanto nas regiões Sul, Sudeste e Centro-Oeste elas representam 6,5, 5,6 e 5,5% das profissionais do segmento, na região Nordeste estas profissionais representam 3,4%, e na região Norte não chegam a 1%. Nas regiões mais desenvolvidas estão as pré-condições para o crescimento dessa profissão, tanto do ponto de vista da demanda, como foi apontado anteriormente, como de oferta, com cursos profissionalizantes oferecidos pelo SESC e outras instituições e até universitários, como é relatado neste trabalho.

Estes dados revelam mercados potenciais, que estão sendo cogitados pelas grandes redes de salões de beleza, conforme dito anteriormente.

Tabela 3
Composição dos profissionais de higiene pessoal
por sexo e região – 2001

Ocupação	Norte		Nordeste		Sudeste		Sul		Centro-oeste	
	Homem	Mulher	Homem	Mulher	Homem	Mulher	Homem	Mulher	Homem	Mulher
Cabeleireiro	8.334	13.297	29.022	53.601	45.208	146.380	15.989	42.741	7.710	19.541
Manicure	0	19.815	0	59.134	0	153.128	0	33.033	321	29.618
Barbeiro	3.626	534	11.140	210	15.071	1.443	3.318	0	3.795	665
Esteticista	0	365	212	4.507	0	21.989	0	6.485	0	3.374
Massagista	0	312	0	1.094	3.530	8.348	776	6.575	0	1.430
Téc. esport.	824	523	5.873	2.701	16.209	12.070	4.129	778	2.685	1.160
Outros	735	2.089	4.677	9.041	13.075	36.376	2.330	9.640	2.323	5.738
Total	13.519	36.935	50.924	130.288	93.093	379.734	26.542	99.252	16.834	61.526

Fonte: PNAD/IBGE – 2001.

GÊNERO

Análise do perfil da mão-de-obra dos serviços de beleza

Segundo a condição de gênero

O conjunto de atividades relativo aos serviços da beleza é tradicionalmente reconhecido como tarefa feminina, como extensão dos cuidados do lar. No passado, esta condição se justificava devido ao fato de que a beleza era um atributo requerido principalmente pelas mulheres. Entretanto esta condição mudou, este atributo deixou de ser apenas uma demanda feminina, os homens também passaram a requerê-lo. Contudo, este novo perfil de demanda dos serviços de beleza, que provocou uma reestruturação na estrutura física dos chamados templos da beleza e também no mercado de trabalho, não alterou a participação relativa dos gêneros no mercado de trabalho. Os dados das PNADs/IBGE confirmam essa situação.

A participação feminina passou de 76,6%, em 1985, para 77,9, em 2001. São principalmente manicures, esteticistas, massagistas e cabeleireiras, conforme mostra a Tabela 2. Entretanto, neste milênio cresceu muito a participação feminina, chegando, em 2003, a quase 80%. Entre 2001 e 2003, o emprego feminino cresceu a uma taxa média de 8% ao ano, enquanto o emprego masculino cresceu 3,2% ao ano, conforme mostra a Tabela 4.

Tabela 4
Taxa de crescimento anual do pessoal ocupado
em higiene pessoal

	Homem	Mulher	Total
1985 até 1995	5,40%	6,80%	6,52%
1995 até 2001	5,80%	4,80%	5,00%
2001 até 2003	3,20%	8,00%	6,77%

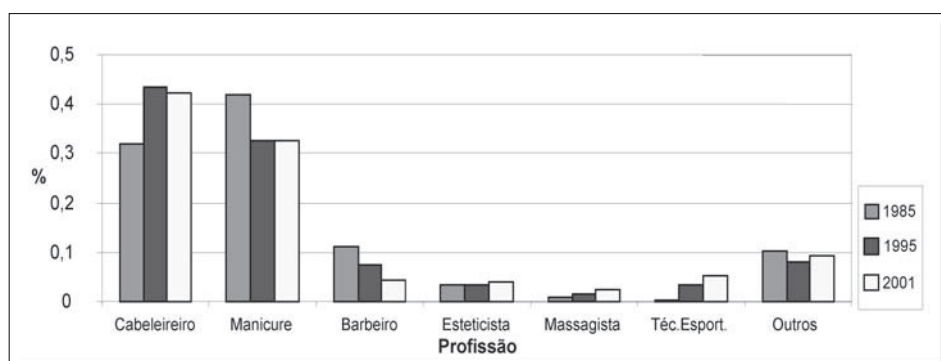
Fonte:PNAD/IBGE - 1985/1995/2001/2003.

O mercado de trabalho deste segmento contrasta com os grandes setores da economia e com a economia como um todo. De acordo com os dados da última PNAD 2003, a participação feminina na economia como um todo era 40,1%, sendo que nas atividades industriais havia preponderância dos homens, que ocupavam 63% dos postos de trabalho neste setor. Já nas atividades de serviço como um todo, a participação é praticamente igual, com um ligeiro predomínio das mulheres, as quais ocupam 50,7% dos postos de trabalho desse setor.



GÊNERO

Gráfico 6
Distribuição dos profissionais da atividade de higiene pessoal por ocupação no Brasil – 1985/1995/2001



Fonte: PNAD/IBGE 1985/1995/2001.

Em 1985, quando a atividade de técnico em esporte surgia no Brasil e a PNAD registrava menos de mil profissionais, a maioria era do sexo feminino (56%, ver Tabela 2). A partir daí, observa-se um grande aumento desses profissionais,³⁹ principalmente do sexo masculino, que em 2001 já ocupavam 63% desses postos.

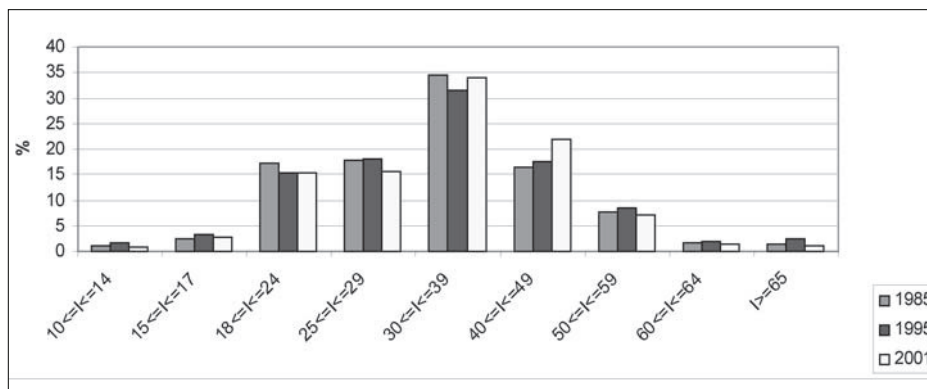
A média nacional de participação masculina nas atividades de higiene pessoal é de 22%, sendo que nas regiões Norte e Nordeste a participação masculina é maior, de 27 e 28%, respectivamente.

Faixa etária

A idade é uma das variáveis clássicas nos estudos sobre mercado de trabalho para determinar a desigualdade de rendimentos individuais, pois esse fator está, de certa forma, associado à experiência adquirida no decorrer da atuação dos profissionais no mercado de trabalho. Tal variável é também considerada uma *proxy* para as transições ocupacionais. No Brasil, os serviços de beleza absorvem uma força de trabalho mais madura, pois mais de 30% do pessoal ocupado está na faixa mediana, entre 30 e 39 anos. Até 1995, havia algo em torno de 17,5%, tanto na faixa etária entre 25 e 29 anos como entre 40 e 49 anos. Em 2001, observa-se um amadurecimento do pessoal ocupado nesse segmento, diminui a participação do pessoal com menos de 30 anos e aumenta a participação do pessoal acima de 40 anos (ver Gráfico 7).

Gráfico 7

Distribuição dos profissionais de higiene pessoal por faixa etária – Brasil



Fonte: PNAD/IBGE - 1985/1995/2001.

O processo de amadurecimento dos indivíduos ocupados nas atividades de higiene pessoal observado em 2001 é mais positivo do que foi constatado em 1995, quando se observou um aumento do pessoal ocupado acima de 50 anos, sugerindo que esta ocupação poderia ser uma alternativa ao desemprego ou complemento de renda para pensionistas e aposentados. Entretanto, o quadro etário de 2001, com predominância das faixas intermediárias, reflete uma certa estabilidade no emprego e sugere, contrariamente, que esta pode ser uma escolha profissional não alternativa ao desemprego. Somente uma análise mais acurada da ocupação em todas as unidades da federação seria capaz de esclarecer esse processo.

Nível de Escolaridade

A variável educação é um elemento importante na teoria do capital humano para explicar as desigualdades de rendimentos entre as pessoas e de ampla utilização em qualquer tipo de análise sobre o mercado de trabalho. A maioria das atividades do segmento de higiene pessoal exige um treinamento mínimo, tanto aqui como em qualquer lugar do mundo. Entretanto, no Brasil ainda não há grandes exigências na educação formal, embora já se observe um grande avanço no nível de escolaridade dos profissionais que atuam nos serviços de beleza. Como se pode observar no Gráfico 8, aumentou muito a participação dos profissionais com segundo grau completo, em proporção semelhante à diminuição dos profissionais com o primeiro grau incompleto. Este resultado reflete, sem dúvida, a reestruturação deste segmento que parte dos novos estabelecimentos os quais requerem profissionais mais bem formados e melhor qualificados.

Para atender a esta exigência, várias instituições passaram a oferecer cursos profissionalizantes, de aperfeiçoamento e até superiores na área de beleza, cosméti-



GÊNERO

ca e imagem pessoal, visando atender a esta demanda de profissionais capacitados e “multifuncionais”, capazes de desempenhar as mais variadas atividades dentro do seu ramo de trabalho. É comum hoje o profissional deste ramo atuar como um “consultor de beleza” e não somente exercer as atividades específicas solicitadas pelo cliente. Além disso, este novo profissional deve ser simpático, ter um bom relacionamento com seus clientes, ser dinâmico, inovador, estar atento às novas tendências do mercado e, portanto, não apenas ficar limitado a executar determinadas tarefas, ao contrário, é preciso muita habilidade no sentido de conquistar a fidelidade dos clientes.

Hoje podemos encontrar no mercado instituições que oferecem cursos com o objetivo de formar profissionais completos para atuarem neste ramo e, também, cursos mais específicos e técnicos, variando de acordo com a necessidade do profissional. Uma das principais instituições nesse sentido é o Senac, que atua em várias áreas que vão desde informática, telecomunicações até turismo, hotelaria, moda e beleza. Para desenvolver atividades relativas à beleza o Senac-Rio conta com um Centro de Tecnologia em Beleza, o qual oferece uma programação ampla que inclui cursos, palestras, oficinas, *workshops*, publicações e eventos voltados para o desenvolvimento e qualificação técnica, os quais constituem oportunidades de reciclagem e aperfeiçoamento profissional. No sentido de consolidar este processo, esta instituição promove, anualmente, o evento chamado “Rio Beleza”, o qual tem como objetivo a atualização profissional e o lançamento de novos produtos e serviços. Este Centro também oferece serviços de beleza, como tratamentos de cabelos, mãos e pés, clínicas de estética para cuidar do rosto e do corpo, além de spa urbano sob os cuidados de profissionais experientes.

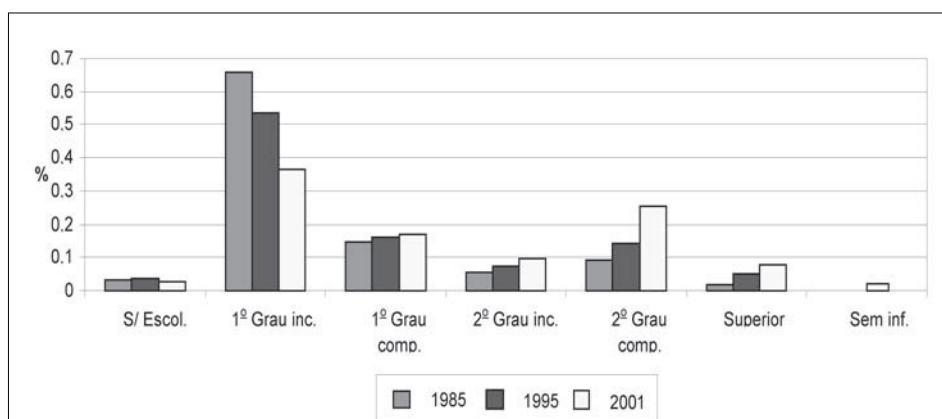
Hoje já há vários cursos de nível superior na área de estética e beleza, como o da Universidade Augusto Mota (Unisuam) no Rio de Janeiro, intitulado Estética e Cosmetologia, com duração de dois anos, cujo objetivo é preparar profissionais para atuarem em clínicas de estética, hospitais, spas, salões de beleza, na indústria de cosméticos e em consultorias especializadas e na organização e gestão dos serviços de beleza. A Universidade Estácio de Sá (Unesa), em parceria com o Instituto Embelleze, também criou em 2002 o primeiro curso de nível superior na área de beleza e estética, intitulado “Beleza, Estética e Imagem Pessoal”. De acordo com a gestora pedagógica da Embelleze, o curso surgiu da necessidade de valorizar o profissional da área de beleza com uma formação superior devidamente reconhecida e regulamentada, bem como disponibilizar, tanto para os serviços como para a indústria da beleza, profissionais bem formados.⁴⁰ Essa universidade também oferece curso de Pós-Graduação em Cosmética Aplicada, o qual visa habilitar profissionais para atuarem em setores profissionais de estética facial, corporal e capilar.

Do ponto de vista empresarial, destaca-se o papel do Sebrae, que estimula pequenos empreendedores a investirem em seus próprios negócios, incentivando a abertura de novos salões de beleza. Este tipo de preocupação já se observava nos

GÊNERO

Estados Unidos, na década de 1980, onde essas atividades, regulamentadas pelos governos estaduais, exigiam um nível de especialização que requeria pelo menos 1.800 horas de treinamento para concessão de licença.⁴¹

Gráfico 8
Distribuição dos profissionais de higiene pessoal
por nível de escolaridade



Fonte: PNAD/IBGE - 1985/1995/2001.

Os dados da PNAD refletem todas essas mudanças ocorridas no mercado de trabalho da beleza. Embora as atividades de higiene pessoal no Brasil ainda sejam desempenhadas por profissionais com baixo grau de qualificação, houve uma melhora significativa na formação e no nível de instrução do pessoal ocupado nesse segmento, no período em estudo. Em 1985, cerca de 66% desses profissionais não tinham sequer completado o primeiro grau escolar, e menos de 8% tinham o segundo grau completo. Na década seguinte, já se observava uma melhoria no grau de escolaridade desse pessoal, com a queda na participação relativa do pessoal com o primeiro grau incompleto e o aumento do pessoal com maior nível de escolaridade, inclusive tendo aumentado a participação do pessoal com nível superior. Nesse período, esse aumento pode ser explicado pela expansão do número dos técnicos de esporte, profissão que exige diploma universitário para o seu exercício. Entretanto, em 2001, podem-se agregar outros estímulos para este novo perfil dos profissionais da beleza – 25% – possuem segundo grau completo e quase 10% dos profissionais têm nível superior – como os vários cursos profissionalizantes que foram criados neste milênio.

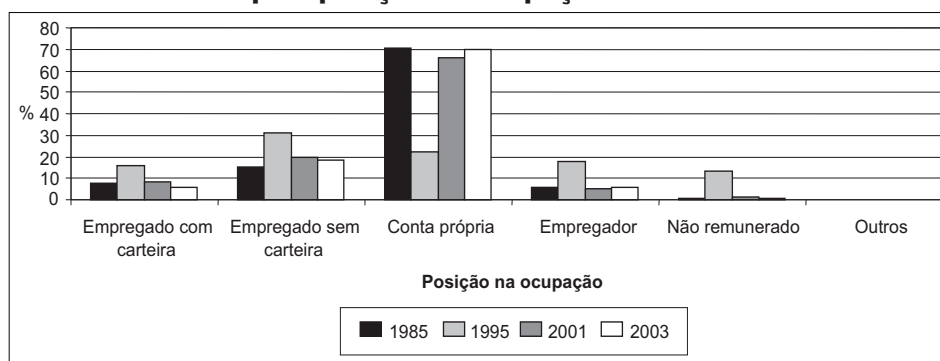


Características dos postos de trabalho

Posição na ocupação

Os dados da PNAD/IBGE mostram que houve uma transformação na estrutura ocupacional da atividade de higiene pessoal, no período de 1985 – 1995, graças, provavelmente, às mudanças tecnológicas por que passaram os serviços relacionados a esse segmento, provocando o aparecimento dos chamados salões *unissex*. No início da década de 1990, instalaram-se no país várias redes de salões de beleza multinacionais, conforme foi revelado acima. Tais estabelecimentos, com estrutura física sofisticada, embora ainda mantendo relações de trabalho atrasadas, provocaram a quebra de muitos pequenos salões e o quase desaparecimento das antigas barbearias. O fenômeno é constatado pela diminuição do número de trabalhadores por conta própria e pelo aumento do número de empregados, principalmente sem carteira. Em 1985, 70% dos trabalhadores na atividade de higiene pessoal atuavam por conta própria. Mas, na década seguinte, esta forma de ocupação representava apenas 23% do total de pessoal ocupado nesse segmento, correspondendo a uma perda de participação de quase 70%. Em 1995, mais de 45% dos trabalhadores eram assalariados, porém 30% deles não tinham carteira assinada. Entretanto, em 2001, os trabalhadores por conta própria voltam a predominar no segmento de higiene pessoal, o que levanta alguns questionamentos sobre a estrutura ocupacional deste segmento em 1995, que, em parte, pode ser explicada pela estabilidade econômica possibilitada pelo Plano Real, que atraiu grandes redes multinacionais de salões de beleza que aqui se instalaram visando ao amplo mercado brasileiro, como já foi mencionado. Um outro fator explicativo pode ser o fato de a pesquisa PNAD ser autodeclaratória. Contudo, fica a questão para ser investigada. Se considerarmos a primeira hipótese apresentada, a retomada da estrutura ocupacional já no terceiro milênio confirma as características deste segmento: pequenas unidades convivendo com grandes estabelecimentos onde atuam trabalhadores formais e um grande número de profissionais autônomos.

Gráfico 9
Distribuição dos profissionais de higiene pessoal
pela posição na ocupação – Brasil



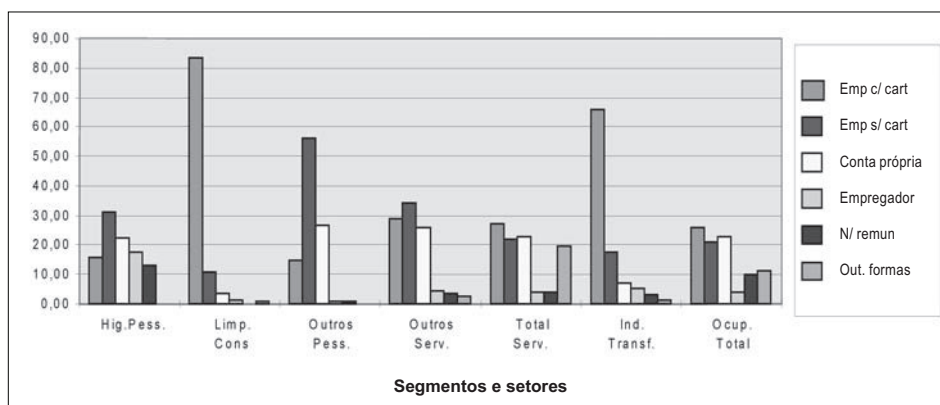
Fonte: PNAD/IBGE – 1985/1995/2001/2003.



GÊNERO

Esta característica da estrutura ocupacional do segmento de higiene pessoal fica mais nítida se comparada a outras atividades econômicas. Em 1995, pode-se relacionar ao segmento de limpeza e conservação que, embora realizando serviços simples, não qualificados, mantém relações trabalhistas mais formais (mais de 80% do pessoal ocupado têm carteira assinada). Já a atividade industrial, por razões técnicas, também tem a maior parte de sua força de trabalho assalariada com carteira assinada (70%). A estrutura dos serviços de higiene pessoal assemelha-se à de *outros serviços*,⁴² que, por ser muito heterogêneo, tem uma parte do pessoal ocupado em atividades tradicionais, trabalhando por conta própria ou, se assalariado, sem carteira assinada. Entretanto, esse segmento envolve também um conjunto de atividades mais modernas, mantendo relações trabalhistas adequadas, de modo que quase 30% do pessoal ocupado nesse segmento têm carteira assinada. Ainda dentro de uma análise comparativa, é interessante observar a estrutura ocupacional de *outros serviços pessoais*, setor que engloba as atividades de higiene pessoal, cuja tônica é dada pelos serviços domésticos, e no qual a maioria dos trabalhadores ainda não tem carteira assinada (ver Gráfico 9.1).

Gráfico 9.1
Distribuição da população ocupada segundo posição na ocupação – Diversos Segmentos – 1995



Fonte: PNAD/IBGE – 1995.

Obs.: "Outras formas" referem-se basicamente aos servidores públicos, estatutários ou não, e constitui uma grande parcela dos trabalhadores do setor de serviços e da população ocupada.

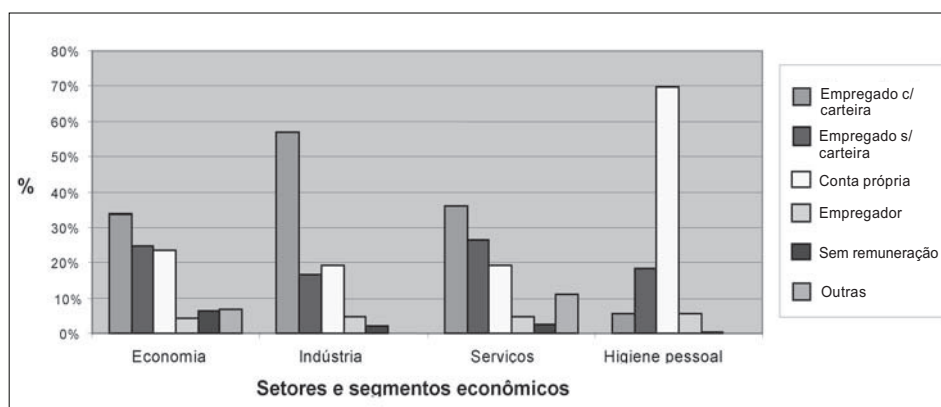
Mais recentemente, neste novo milênio, observa-se um aumento na formalização no mercado de trabalho como um todo. Entretanto, o mesmo não se observa nos



GÊNERO

setores de *per si*. Na própria indústria, que por questões técnicas é mais formalizada, constata-se uma diminuição de 66% para 57%, na participação dos trabalhadores com carteira nesse período. Em contraposição, aumentou a participação dos trabalhadores formais no setor de serviço, seja com carteira assinada, que passou de 28% para 37%, seja aqueles sem carteira assinada, os quais tiveram um aumento de 8 pontos percentuais na participação da ocupação. O segmento de higiene pessoal distingue-se do perfil ocupacional do mercado de trabalho como um todo e dos grandes setores conforme mostra o Gráfico 9.2.

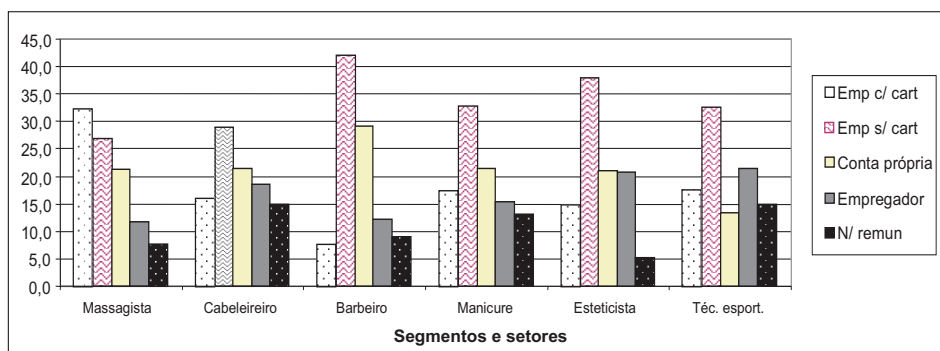
Gráfico 9.2
Distribuição do pessoal ocupado segundo a posição na ocupação – 2003



Fonte: PNAD/IBGE – 2003.

A estrutura do segmento de higiene pessoal brasileiro que se estabeleceu nos anos 1990 reproduz, em parte, a mudança ocorrida nos Estados Unidos na década anterior. Naquele país, porém, a modernização dos estabelecimentos se deu tanto em termos físicos como também nas relações de trabalho.⁴³ Essa nova estrutura ocupacional, mais homogênea, das atividades de higiene pessoal é definida pela região Sudeste (que concentra 55% do PO desse segmento), onde mais da metade dos profissionais de beleza em 1995 era assalariada, e 35% deles não tinham carteira assinada. Já as regiões Norte e Nordeste têm um perfil distinto: a maior parte da força de trabalho é informal (36% por conta própria e 40% não têm carteira assinada, no Norte e no Nordeste 35% trabalham por conta própria).

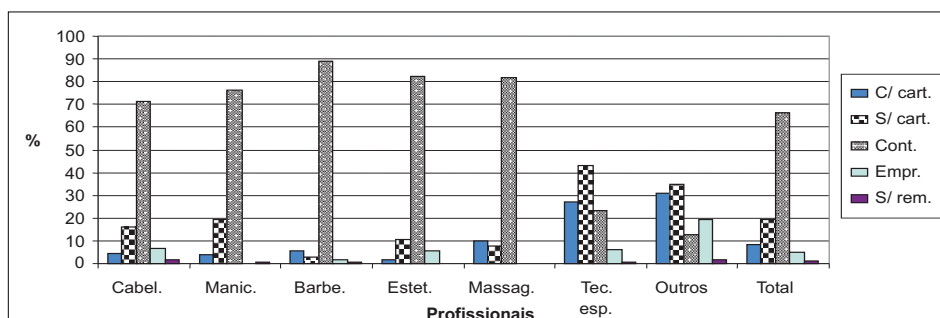
Gráfico 10
Distribuição dos profissionais de higiene pessoal segundo posição na ocupação – 1995



Fonte: PNAD/IBGE – 1995.

Em 2001, observa-se uma mudança na estrutura ocupacional desse segmento, na qual o trabalho por conta própria voltou a prevalecer: 66% dos profissionais desse segmento trabalham por conta própria, sendo que massagistas e esteticistas são mais de 80%. Destacam-se entre estes profissionais os técnicos de esporte, cuja maioria é de empregados (68%), embora 42% ainda não tenham carteira assinada. As outras atividades de apoio aos serviços de higiene pessoal, que englobam, principalmente, atendentes, faxineiros, secretárias, empregadores e donos dos estabelecimentos, representam quase 10% do pessoal ocupado em higiene pessoal, sendo principalmente empregados, em grande parte, sem carteira assinada, conforme mostram os Gráficos 10 e 10.1.

Gráfico 10.1
Distribuição dos profissionais da beleza por posição na ocupação – 2001



Fonte: PNAD/IBGE – 2001.



GÊNERO

Um exercício feito para o ano de 2003, com base nos dados dessa última PNAD, mostra que o pessoal ocupado em higiene pessoal representa 1,4% do total da economia, sendo que a maioria é do sexo feminino (77%) e trabalha por conta própria. Constatou-se nesse ano que 10,8% das mulheres que trabalham por conta própria atuam no segmento de higiene pessoal, conforme mostra a Tabela 5 a seguir.

Tabela 5
Participação do setor no total da economia (%)

2003	Higiene pessoal		
	HOMEM	MULHER	TOTAL
Posição na ocupação			
Empregado c/ carteira	0,08	0,48	0,23
Empregado s/ carteira	0,37	1,81	1,02
Conta própria	1,20	10,81	4,10
Empregador	0,69	5,15	1,80
Sem remuneração	0,00	0,25	0,13
Outras	0,00	0,03	0,01
Total	0,48	2,76	1,39

Fonte: PNAD/IBGE – 2003

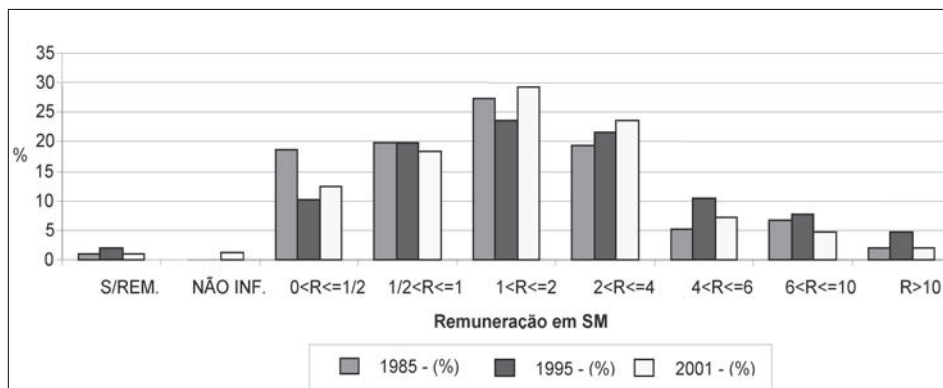
Rendimentos

Os profissionais da beleza ganham relativamente menos que os trabalhadores da indústria e dos serviços em geral. Entretanto, eles recebem gorjetas e geralmente são pagos com base em comissões, gerando dúvidas quanto à mensuração do rendimento real desse tipo de serviço. Considerando que as principais fontes de dados são as pesquisas domiciliares (PNAD e PME), ambas autodeclaratórias, pela forma da pergunta feita aos entrevistados, é bem provável que as remunerações extra-oficiais estejam incluídas na declaração de rendimento do trabalhador, tornando-se mais dramático o nível de rendimento dos profissionais da beleza.⁴⁴ De qualquer modo, o gráfico de rendimentos é basicamente um indicador da tendência. Nos Estados Unidos, os rendimentos desses serviços são publicados regularmente, o que permite inferir melhor a renda da categoria.⁴⁵

Como mostra o Gráfico 11, a maioria dos trabalhadores desse segmento recebe entre 1/2 e 4 salários mínimos. Entretanto, se por um lado houve um aumento dos profissionais que recebem entre 1 e 4 SM, houve também uma diminuição da participação desses profissionais nas faixas de renda mais elevadas, acima de 4 salários.

Gráfico 11

Distribuição dos profissionais de higiene pessoal por faixa de renda – Brasil

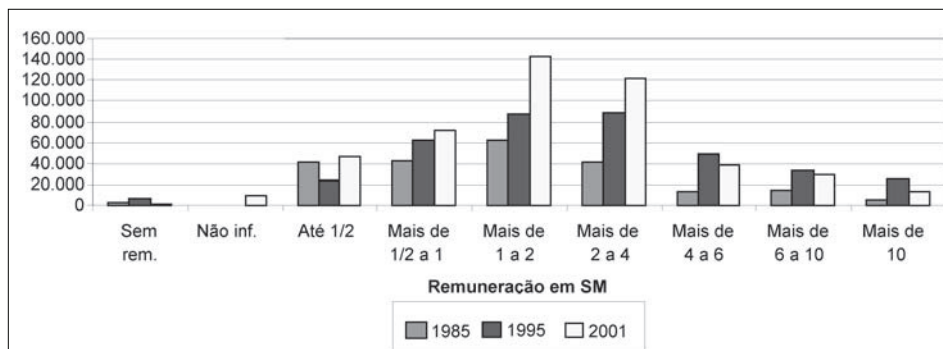


Fonte: PNAD/IBGE - 1985/1995/2001.

A mudança observada no perfil do rendimento do pessoal que trabalha nos serviços de beleza no Brasil reflete o movimento verificado na região Sudeste, onde estão concentradas tais atividades.

Para as demais regiões, os ganhos de renda só se verificaram em função do nível de escolaridade. A região Norte, como sempre, teve o pior desempenho. O Gráfico 12 mostra o peso da região Sudeste, na qual observa-se um aumento maior na participação do pessoal ocupado em higiene pessoal nos níveis de renda entre 1/2 e 4 salários mínimos. Este resultado pode ser explicado pela atuação do sindicato nesta região, ao fixar o salário base para cada uma dessas profissões.⁴⁶

Gráfico 12
Evolução da distribuição dos profissionais de higiene pessoal por faixa de renda – Região Sudeste



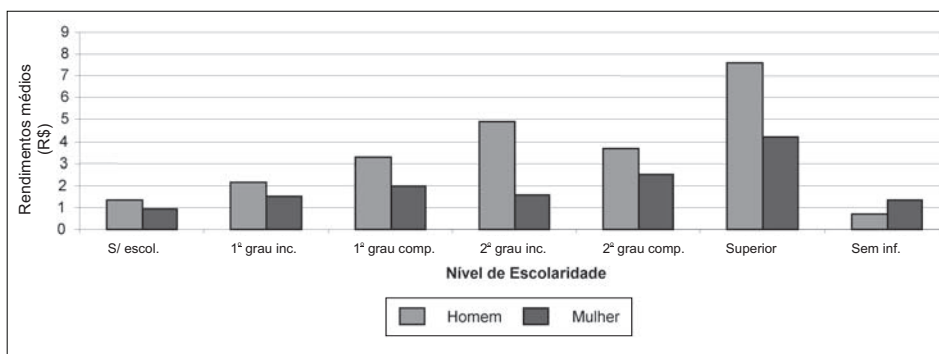
Fonte: PNAD/IBGE – 1985, 1995 e 2001.



GÊNERO

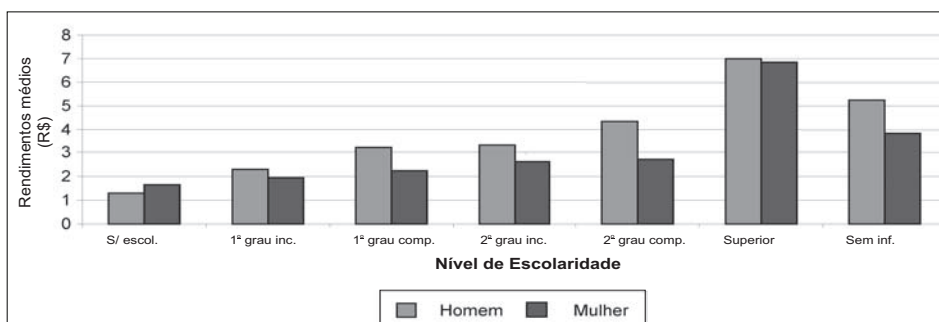
Inicialmente, o nível de rendimento desses trabalhadores pode ser explicado pela grande participação das mulheres, pelo baixo grau de escolaridade dos profissionais que atuam neste segmento e pela própria estrutura ocupacional. Devido a estes fatores, observa-se que em 1985 o nível de renda *per capita* era bem menor e o diferencial entre homens e mulheres era muito maior do que nos anos seguintes. Em 1985, o rendimento médio dos homens que trabalhavam nas atividades de higiene pessoal era o dobro do rendimento das mulheres com o mesmo grau de instrução. Para dar uma idéia da discriminação que existia, o rendimento dos homens com segundo grau incompleto, naquele ano, era de R\$ 5,00/hora, e o das mulheres, com o mesmo nível de escolaridade, era inferior a R\$ 2,00/hora. Ver Gráfico 13.1.

Gráfico 13.1
Rendimentos médios segundo o sexo e o nível de escolaridade – 1985



Fonte: PNAD/IBGE – 1985.

Gráfico 13.2
Rendimentos médios segundo o sexo e o nível de escolaridade – 1995



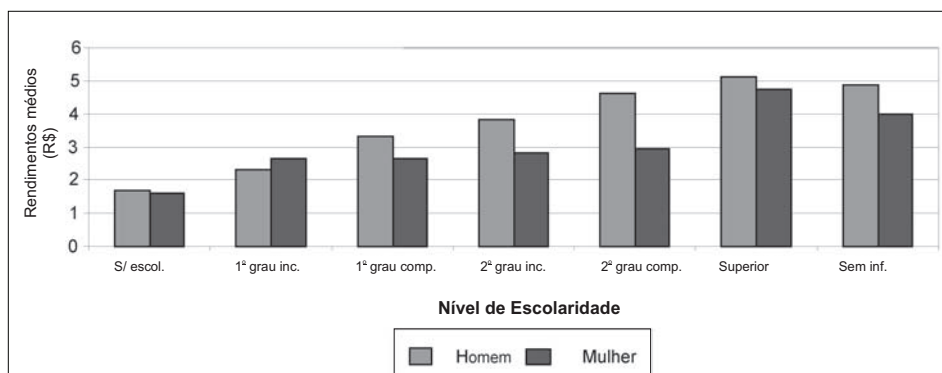
Fonte: PNAD/IBGE – 1985.



GÊNERO

Entretanto, as mudanças tecnológicas ocorridas nesse período, que provocaram uma sofisticação dos serviços ligados à beleza, levaram à expansão dos salões de beleza e à redução das barbearias no Brasil, como ocorreu nos Estados Unidos, na década anterior.⁴⁷ Tal fato provocou melhora no padrão de renda, tanto em termos absolutos como relativos. Nesse período, aumentou a renda das mulheres em relação a todos os níveis de escolaridade, assim como diminuiu o diferencial em relação ao rendimento dos homens, chegando a igualar-se no que se refere aos profissionais com nível superior de escolaridade, cuja média salarial equiparou-se em quase 7 SM.

Gráfico 13.3
Rendimentos médios segundo o sexo e o nível de escolaridade – 2001



Fonte: PNAD/IBGE – 1985.

Em 2001, embora os profissionais houvessem se qualificado mais, constata-se uma diminuição dos seus rendimentos e também um diferencial entre os sexos, com uma ligeira vantagem para os homens, à medida que aumenta o grau de escolaridade, como mostra a Tabela 6.

Tabela 6
Rendimentos médios segundo o sexo e nível de escolaridade

Escolaridade	1985		1995		2001	
	Homem	Mulher	Homem	Mulher	Homem	Mulher
S/escola	1,34	0,95	1,32	1,64	1,69	1,58
1º grau incompleto	2,16	1,53	2,29	1,94	2,33	2,63
1º grau completo	3,30	1,97	3,2	2,28	3,30	2,65
2º grau incompleto	4,88	1,57	3,34	2,61	3,83	2,80
2º grau completo	3,70	2,51	4,35	2,70	4,60	2,95
Superior	7,62	4,19	6,98	6,84	5,10	4,73
Sem informação	0,71	1,35	5,25	3,80	4,88	3,98

Fonte: PNAD/IBGE - 1985/1995/2001.

120 Niterói, v. 6, n. 2 - v. 7, n. 1, p. 95-128, 1. - 2. sem. 2006



Conclusões

O resultado dos estudos sobre discriminação no mercado de trabalho, realizados na década de 1970, com relação a sexo, cor e etnia foi o estabelecimento de uma legislação consistente de proteção às minorias. A descoberta da beleza como fator discriminador no mercado de trabalho transformou este predicado em tema importante de pesquisa na literatura econômica internacional, pela repercussão que tal conceito passou a ter na economia.

A busca da beleza, reforçada pela segmentação no mercado de trabalho, estimulou o sentimento de vaidade e a preocupação com a aparência. Agrega-se a isso o medo de envelhecer e a seletividade no mercado de trabalho que exigiu também que os homens cuidassem mais da aparência física, criando uma nova demanda para produtos e serviços de beleza.

Como foi revelado por Dweck (1999), nos anos 1970, os estilistas de cabelo norte-americanos trocaram os equipamentos mais pesados por uma variedade de instrumentos manuais elétricos e não elétricos que permitiam maior liberdade de movimento ao profissional, reduzindo o tempo de trabalho e aumentando a produtividade. No Brasil, tal mudança começou nos anos 1990, após a entrada das grandes redes multinacionais de estética e beleza. O mais interessante é que, como os serviços de cabeleireiro e barbeiro são altamente personalizados, a evolução tecnológica não poupou mão-de-obra, pelo contrário, cresceu muito o número de profissionais que atuam nos serviços ligados à beleza (salões de beleza, clínicas de estéticas, academias de ginástica e esporte) nos Estados Unidos.⁴⁸ No Brasil, quase dobrou o pessoal ocupado neste segmento, entre 1985 e 1995.⁴⁹ Este movimento continuou ascendente até 2003, quando foi realizada a última PNAD, consultada neste trabalho, a qual registrou um crescimento a uma taxa média de 6% ao ano.⁵⁰

A mão-de-obra que atua nesses estabelecimentos é formada por cabeleireiros, manicures, pedicuros, massagistas, esteticistas assim como técnicos de esporte que trabalham nas academias de ginástica, musculação e dança, os quais constituem mais de 90% do pessoal ocupado na atividade. Estes profissionais utilizam ferramentas de trabalho e produtos de beleza cada vez mais sofisticados e eficientes fornecidos pelo setor industrial seja de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos, como de material elétrico, revelando uma verdadeira simbiose entre estes segmentos da economia.

Os salões de beleza também são sensíveis à globalização e à concorrência entre as empresas. Por esta razão, o crescimento das redes multinacionais fez com que muitos pequenos estabelecimentos de bairros saíssem do mercado. Para garantir a sua permanência no mercado, o empreendedor deve investir na qualidade dos serviços, os quais devem ser executados em instalações amplas e bem decoradas, com equipamentos modernos. Há exigências quanto à execução dos serviços, que devem ser realizados com certo grau de especialização, com rapidez e, principalmente, usando



GÊNERO

produtos de qualidade reconhecida. Este tipo de atendimento é possível nas grandes redes que dispõem de economia de escala. Entretanto, a diversidade dos tratamentos de beleza e das relações estabelecidas na prestação destes serviços tornou-os bastante diferenciados, o que permitiu que atingissem nichos específicos do mercado, possibilitando a coexistência de estabelecimentos de diferentes portes: pequenos, médios e grandes.

Os serviços de beleza, “centrados no indivíduo”, em 1985, eram realizados principalmente por conta própria (média de 66,4%). Em 1995, provavelmente, a estabilidade econômica introduzida pelo Plano Real favoreceu a entrada de grandes redes multinacionais no setor, o que provocou mudanças nas condições de trabalho, aumentando a participação dos assalariados, e diminuindo a participação dos trabalhadores por conta própria.

Entretanto, em 2001, os trabalhadores por conta própria voltam a predominar no segmento de higiene pessoal, 66% dos profissionais desse segmento passaram a trabalhar por conta própria, sendo que massagistas e esteticistas são mais de 80%. Destacam-se, entre estes profissionais, os técnicos de esporte, cuja maioria é de empregados (68%), embora 42% ainda não tenham carteira assinada. As outras atividades de apoio aos serviços de higiene pessoal, que englobam, principalmente, atendentes, faxineiros, secretárias, empregadores e donos dos estabelecimentos, representam quase 10% do pessoal ocupado em higiene pessoal: principalmente empregados, sendo que grande parte ainda sem carteira assinada.

No âmbito das atividades formais, registradas na referida pesquisa do IBGE, pode-se constatar que este segmento, que faz parte dos serviços prestados às famílias, do mesmo modo, emprega mão-de-obra menos qualificada que percebe remuneração muito baixa, cuja média gira em torno de 1,7 salários mínimos desde 1985, portanto, muito abaixo da média dos salários pagos pelo setor de prestação de serviços como um todo (3 salários mínimos).⁵¹

Embora o nível de remuneração desse segmento fosse baixo, era relativamente superior a outros segmentos, como limpeza e conservação, provavelmente em decorrência da baixa elasticidade-cruzada de demanda desse segmento, tendo em vista o baixo grau de substituição de seus produtos que, em grande parte, chegam a ser personalizados. Esta diferença fica latente se considerarmos todos os profissionais formais e informais cujo rendimento da maioria está na faixa entre 1 e 4 salários mínimos. Este perfil do rendimento do pessoal que trabalha nos serviços de beleza no Brasil reflete o movimento de melhoria salarial verificado na região Sudeste, onde estão concentradas tais atividades, exercidas pelo pessoal mais qualificado, e também a atuação do sindicato.

Analisando a distribuição por gênero, observa-se que a atividade de higiene pessoal tornou-se ainda mais feminina nos últimos anos. Este movimento ocorreu na maioria das profissões, excetuando-se a de técnico de esporte, em que predomina a

122 *Niterói, v. 6, n. 2 - v. 7, n. 1, p. 95-128, 1. - 2. sem. 2006*



GÊNERO

força de trabalho masculina, e a de cabeleireiro e massagista, em que aumentou a participação masculina entre os profissionais. Provavelmente este seja o fator de diminuição do diferencial de salário entre os dois gêneros neste segmento.

Em 1985, no que se refere ao nível de educação, havia um diferencial muito grande entre os salários dos homens e das mulheres. Entretanto, as mudanças tecnológicas ocorridas nesse período, que provocaram uma sofisticação dos serviços ligados à beleza, levaram à expansão dos salões de beleza e à diminuição do diferencial de rendimento entre os gêneros, chegando a igualar-se entre os profissionais com nível de escolaridade superior, cuja média salarial equiparou-se em quase 7 salários mínimos em 1995. Em 2001, embora houvesse melhorado o nível de qualificação dos profissionais, constata-se uma diminuição dos seus rendimentos e também uma ligeira vantagem salarial para os homens, à medida que aumenta o grau de escolaridade, mas nada semelhante ao que havia na década de 1980.

Conclui-se que tais atividades, aparentemente simples, podem constituir-se em elemento propulsor tanto para o setor industrial (material elétrico e de perfumaria e cosméticos) como para os serviços de engenharia, arquitetura e assessoria financeira, assim como para o comércio. Por outro lado, a dinâmica da indústria de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos também representa um grande estímulo aos serviços ligados à beleza.

Abstract: Research carried through in the North America and Brazil discloses the discriminatory character that the concept of "Beauty" assumed in the work market, changing itself into an important economic variable, with strong impact not only in this market as in the markets of goods and services of the segment of personal hygiene. They also show the effect of the physical appearance of the individuals in its incomes, when evidencing empirically that the people of simple appearance earn much less than the people with good appearance. Probably, this behavior is one of the factors that explain the growth and the transformations in the segment of aesthetic and personal hygiene to the long one of the last years, in Brazil and in the world. This work has as objective to analyze the evolution of the calls personal services that are part of this segment, with emphasis in its capacity to generate job, as well as an evaluation of the profile of this job. For this study the following occupations had been considered: hairdressers, manicures, barbers, "masseuse", aestheticians, technician of sport

Niterói, v. 6, n. 2 - v. 7, n. 1, p. 95-128, 1. - 2. sem. 2006 **123**



GÊNERO

of the gymnastics academies and dance, that together they more than represent 90% of the job in this segment. The services carried through for these professionals are relatively simple, do not demand a specialized knowledge much less technological, many of them are personalized, with relatively low degree of substitution. The profile of these workers was traced changeable on the basis of relative to the distribution for sex, age band, education level, income, and position in the occupation, as much in global terms, how much for each one of the selected professionals.

Keywords: Beauty; work market; personal services; markets of goods and services.

(Recebido e aprovado para publicação em maio de 2006.)

Notas

¹ DWECK, R. H. "A Beleza como variável econômica: reflexos nos mercados de trabalho de bens e serviços". TD n. 618- IPEA, 1999.

² Dois surveys realizados nos Estados Unidos e no Canadá: Quality of American life Survey (QAL) — 1971. Detalhes em Brand e Ahmed (1986) e Hamermesh e Briddle (1994).

³ Ver Cain (1986) e Jacobsen (1994).

⁴ Destacam-se os trabalhos de Francine Blau (1976, 1979, 1986); Andrea Beller (1986); Victor Fuchs (1975); Barbara Bergmann (1974).

⁵ Hamermesh e Briddle (1994), pioneiros nesse debate.

⁶ Sendo que para os homens o diferencial é a maior penalidade, US\$ 2.600, e o prêmio de US\$ 1.400 anualmente, enquanto para as mulheres é US\$ 2.000 e US\$ 1.000, respectivamente.

⁷ De acordo com a classificação feita pelos autores.

⁸ BIDDLE,-Jeff-E; HAMERMESH,-Daniel-S. Beauty, productivity and discrimination: lawyers' looks and lucre. Working-Paper, 1998.

⁹ Com base em dados de 11.407 indivíduos nascidos na Grã-Bretanha em 1958.

¹⁰ Os autores desse trabalho consideraram como indicador de beleza as características físicas dos indivíduos: peso, altura e deficiência física, diferente dos autores americanos que têm como referência atributos adquiridos.

¹¹ Hamermesh e Briddle (1994) e Dweck (1999);

¹² Detalhes na nota metodológica.

¹³ É nítida a forte pressão da televisão, do cinema e da propaganda sobre a beleza da mulher e do homem.

124 Niterói, v. 6, n. 2 - v. 7, n. 1, p. 95-128, 1. - 2. sem. 2006



¹⁴ Segundo os pesquisadores, é medida pelo tempo que as pessoas gastam pensando em sua aparência.

¹⁵ Pesquisa "Vanity" realizada pela Roper Starch Worldwide, em 2000, e divulgada na revista *The Economist*, em 2/9/2000.

¹⁶ Traduzido do inglês *do it yourself*.

¹⁷ O penteado bufante tornou-se popular. *Modern Beauty Shop*, [S.l.], p. 15, Feb. 1972.

¹⁸ *Modern Beauty Shop*, [S.l.], p. 40, Jan. 1973.

¹⁹ Devido muito mais à queda nas horas trabalhadas (a uma taxa de 0,6% ao ano nesse período) que ao aumento do produto, que se manteve relativamente constante nesse período.

²⁰ Informação da Beauty and Barber Supply Institute, Englewood. Mais detalhes no *Wall Street Journal*, [S.l.], p. 40, May 1978.

²¹ Nos anos 1970, quando a Wella Corporation lançou produtos com a seguinte propaganda: "No fuss, wash and wear" (ver *Modern Beauty Shop*, [S.l.], p. 84, Feb. 1974). Paralelamente, a indústria de material elétrico revolucionou este mercado com: secadores manuais, pentes quentes, escovas elétricas etc.

²² Informação da National Hairdressers and Cosmetologists Association, St. Louis, MO.

²³ Realizada pela 2B Brasil Marketing, Research and Consulting e publicada na *Revista Empresas e Negócios*, [S.l.], Edição 199, ago. 2005.

²⁴ Hoje, um em cada 50 brasileiros usa algum tipo de cosmético para retardar o envelhecimento. Há cinco anos, a média era de um a cada 500.

²⁵ Ver Bassin (1973).

²⁶ Segundo a pesquisa realizada pela Vance Research Services Lincolnshire, IL. 1983 em *Bureau of Labor Statistics*.

²⁷ Ver "1983 Salon Client Survey". *Modern Salon*, [S.l.], p. 92, Sept. 1983.

²⁸ Os demais profissionais registrados constituem o pessoal de apoio a estas atividades – PNAD 2001.

²⁹ Para o caso americano, ver Hammersh e Bridle, 1994.

³⁰ Esta rubrica englobava desde serviços técnico-profissionais, outros serviços prestados principalmente às empresas, até serviços pessoais como reparação e conservação e serviços pessoais. Detalhes sobre esta classificação em Melo et al. (1998)

³¹ Esta pesquisa substituiu o Censo de Serviços que o IBGE deixou de realizar.

³² Hoje esta rubrica engloba desde auxiliar financeiro, manutenção e reparos, serviços audiovisual, de recreação, cultural e desportivos e os serviços pessoais.

³³ Estes dados referem-se ao universo das empresas ativas no Cadastro Central de Empresas do IBGE, classificadas como Serviços Pessoais no segmento 93 da CNAE.

³⁴ Censo de Serviços Brasil 1985 – IBGE e Pesquisa Anual de Serviços – PAS 2002.

³⁵ PAS-IBGE – 2002.

³⁶ Em 1984, havia 591,4 mil pessoas empregadas nesses estabelecimentos de beleza nos Estados Unidos.

³⁷ No período 1972 e 1977, o número de barbearias diminuiu 25%, e o número de profissionais nesses estabelecimentos caiu 17%, e, entre 1977/83, a perda nessa ocupação foi de 25%. Dados obtidos no site: *Internal Revenue Service, Statistics of Income, Partnership Returns and Sole Proprietorship Returns*.

GÊNERO

³⁸ Depois da atividade de empregada doméstica, essas atividades constituem, provavelmente, uma porta de entrada para o mercado de trabalho urbano.

³⁹ Entre 1985 e 1995, cresceu a taxa de 37,4% ao ano e, entre 1995 e 2001, a taxa foi de 12,4% ao ano.

⁴⁰ A primeira turma formou-se em maio de 2004 e, hoje, mais de 17 alunos atuam como instrutores do Instituto Embelleze. Em 2004, já havia sete turmas e, atualmente, o curso mantém nove turmas com cerca de 30 alunos cada, reunindo mais de 250 futuros profissionais com a possibilidade de boas perspectivas no mercado de trabalho.

⁴¹ Mais detalhes em Brand e Ahmed (1986).

⁴² Este item engloba uma variedade de serviços como técnico-profissionais, serviços prestados às empresas e outros serviços pessoais no qual está inserido higiene pessoal.

⁴³ Nesse período, 40% dos salões de beleza (que juntos representam 80% da receita do setor) empregavam trabalhadores assalariados (em média, quatro por salão).

⁴⁴ De acordo com a nota metodológica destas pesquisas a pergunta feita ao entrevistado é: "Qual o rendimento mensal que ganhava normalmente em setembro (mês em que se realiza a pesquisa) em dinheiro e valor de produtos e mercadorias (tickets e vales)?"

⁴⁵ Os lucros dos proprietários de salão são publicados anualmente em *Modern Salon*. Ver a edição de agosto de 1984, p. 82.

⁴⁶ Desde março de 2005, o sindicato fixou os salários normativos para os profissionais do setor: cabeleireiros ou esteticistas: R\$ 636,23; manicures, pedicuros, podólogos, depiladores, recepcionistas e auxiliares de cabeleireiro, R\$ 382,15; outros serviços, como de contínuo e faxineiro: R\$ 340,08. O salário de ingresso na profissão (período de experiência) foi fixado em R\$ 320,00, somente para empregados que nunca tenham exercido a função para a qual foram contratados

⁴⁷ Para o caso norte-americano, ver Wilburn (1967, p. 61).

⁴⁸ National Beauty and Barber Manufacturing Association, National Hairdressers and Cosmetologists Association.

⁴⁹ De acordo com os dados da PNAD, passou de 361 mil para 679 mil entre 1985 e 1995.

⁵⁰ Passou de 679 mil, em 1995, para 1 milhão e 43 mil, em 2003.

⁵¹ Censo de Serviços Brasil 1985 – IBGE e Pesquisa Anual de Serviços – PAS 2002.

Referências

ARROW, Kenneth J. The models of job discrimination. In: PASCAL, Anthony H. (Ed.). *Racial discrimination in economics life*. [S.l.]: Lexington Books, 1972. p. 83-102.

AS 500 maiores empresas do Brasil. *Exame*, São Paulo, Melhores & Maiores, jul. 2004.

AS 500 maiores empresas do Brasil. *Exame*, São Paulo, Melhores & Maiores, jul. 2005.

BASSIN, A. The consumer revolt: what's in it for you? *Modern Beauty Shop*, Hjan, 1973.



GÊNERO

- BECKER, Gary. *The economics of discrimination*. Chicago: University of Chicago Press, 1957.
- BELEZA a qualquer custo. *Revista da Folha de S. Paulo*, São Paulo, 22 set. 1996.
- BELLER, A. Trends of occupational segregation by sex and race, 1960-1981. In: RESKIN, Barbara (Ed.). *Sexy segregation in the workplace*. Washington DC: National Academy Press, 1986. p.11-26.
- BERGMANN, B. Occupational segregation wages, and profits when employers discriminate by race or sex. *Eastern Economic Journal*, [S.l.], p.103-10, 1974.
- BIDDLE, Jeff E.; HAMERMESH, Daniel S. *Beauty, productivity and discrimination: lawyers looks and lucre*. [S.l.]: National Bureau of Economic Research, 1998. (NBER Working Papers, 5366)
- BLACK, Paula. *The Beauty industry. Gender, culture, pleasure*. London: Routledge, 2004.
- BLAU, F. Economists approaches to sex segregation in the labor market: an appraisal. In: BLAXAL; REAGAN. *Women and workplace*. Chicago : University of Chicago Press, 1976. p. 181-99
- _____. *The economics of women men and work*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall, 1986.
- _____; HENDRICKS, W. Occupational segregation by sex : trends and prospect., *Journal of Human Resources*, [S.l.], n.14, p. 197-210, 1979.
- BRAND, H.; AHMED, Z.Z. Beauty and barber shops: the trend of labor productivity. *Monthly Labor Review*, [S.l.], v. 109, n. 3, march 1986.
- CAIN, G. The economic analysis of labor market discrimination: a survey. In: ASHENFELTER, Orley; LAYARD, Richard (Ed.). *Handbook of Labor Economics*. Amsterdam: North-Holland, 1986. p. 693-785.
- COHN, S.; RAINWATER, E.; BRADSHAW, M. Do taxes lower employment in the third world? Evidence from personal service firms in pre-dept-crisis Brasil. *Competition-and-Change*, [S.l.], v. 8, n. 1, p. 45-64, mar. 2004.
- DWECK, Ruth H. Serviços de higiene pessoal: a beleza como variável econômica: reflexo nos mercados de trabalho e de bens e serviços. In: SERVIÇOS no Brasil: estudos de casos. Rio de Janeiro: MICT, 1998.
- FUCHS, V.; WILBURN, J.A. *Productivity differences within the service sector*. New York: National Bureau of Economic Research, [19—]. (NBER Occasional Paper, 102)
- _____. A note on sex segregation in professional occupations explorations. *Economics research*, [S.l.], n. 2, p. 489-509, 1975.
- HAMERMESH, D.S.; BRIDDLE, J., E. Beauty and the labor market. *The American economic review*, [S.l.], v. 84 n. 5, dec. 1994.
- _____; MENG, Xing; ZHANG, Junsen. Dress for success: does priming pay? *Labour Economics*, [S.l.], v. 9, n. 3, p. 361-373, July 2002.

GÊNERO

- GAZETA MERCANTIL, São Paulo, p.C-1, 24 jul. 1997.
- GAZETA MERCANTIL, São Paulo, p.C-8, 29 jul. 1997.
- GAZETA MERCANTIL, São Paulo, p.A1, A4, 28 jan. 1998.
- GAZETA MERCANTIL, São Paulo, p. A-2, 19 mar. 1998.
- HARPER, B. *Beauty, stature and the labour market: a british cohort study. Oxford-Bulletin-of-Economics-and-Statistics*, Oxford, 2000.
- JACOBSEN, J.P. *The economics of gender*. Cambridge: Blackwell Publishers, 1994.
- MELO, H.P. et al. *O setor serviços no Brasil: uma visão global – 1985/95*. Rio de Janeiro: IPEA/DIPES, 1998. (Texto para Discussão, 549).
- PASTORE, José. Vaidade e trabalho. *Jornal da Tarde*, 4 jan. 2000
- PEISS, Katthy. On beauty... and the history of business. *Enterprise-and-Society*, [S.l.], v. 1, n. 3, p. 485-506, Sept. 2000.
- REES, Bronwen-Ann. *The construction of management: competence and gender issues at work*. Cheltenham: Elgar, 2003. p.205
- SAAB, W. G. I.; GIMENEZ, L. C. P. *Panorama do segmento de salões de beleza e barbearias*. Jun. 2001. Disponível em: <www.bndes.gov/conhecimento/setorial>.
- SACHSIDA, A.; LOUREIRO, P.R.A. de; MENDONÇA, M.J.C. Beleza e mercado de trabalho: novas evidências. *Economia Aplicada*, [S.l.], v. 8, n. 3, p. 577-70, jul./ set. 2004.
- SIMONETTI, Eliana. Beleza à venda: brasileiros gastam 5 bilhões de reais em cosméticos. *Veja*, São Paulo, edição 1500, p. 68, 18 jun. 1997.
- SOARES, C.; OLIVEIRA, S. Gênero, estrutura e diferenciais de rendimento. *Econômica*, [S.l.], v. 6, n. 1, jun. 2004.
- WILBURN, J.A. *A contrast in productivity trends within personal services: the beauty and barber shop industries in fuchs & wilburn productivity differences within the service sector*. New York: National Bureau of Economic Research, 1967. (NBER Occasional Paper, 102)

SITES CONSULTADOS

- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE HIGIENE PESSOAL, PERFUMARIA E COSMÉTICOS – ABIHPEC. Disponível em: <www.abihpec.org.br>.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA QUÍMICA – ABIQUIM. Disponível em: <www.abiquim.org.br>.
- SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE. Disponível em: <www.sebrae.com.br>.
- FUNDAÇÃO INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. Disponível em: <www.ibge.gov.br>.
- NATURA. Disponível em: <www.natura.com.br>.
- O BOTICÁRIO. Disponível em: <www.oboticario.com.br>.

128 Niterói, v. 6, n. 2 - v. 7, n. 1, p. 95-128, 1. - 2. sem. 2006