

Escola de Ciências Sociais e Humanas

Departamento de Antropologia

**Empreendedorismo no Sector da Beleza:
Brasileiras na Quinta do Conde**

Tiago Miguel Marques Chaves

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do Grau de Mestre em
Antropologia, especialidade em Globalização, Migrações e Multiculturalismo

Orientadora:
Doutora Elsa Beatriz Padilla, Investigadora Auxiliar
CIES – Centro de Investigação e Estudos de Sociologia do ISCTE-IUL

Setembro de 2012

Escola de Ciências Sociais e Humanas

Departamento de Antropologia

**Empreendedorismo no Sector da Beleza:
Brasileiras na Quinta do Conde**

Tiago Miguel Marques Chaves

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do Grau de Mestre em
Antropologia, especialidade em Globalização, Migrações e Multiculturalismo

Orientadora:
Doutora Elsa Beatriz Padilla, Investigadora Auxiliar
CIES – Centro de Investigação e Estudos de Sociologia do ISCTE-IUL

Setembro de 2012

Agradecimentos

Quero manifestar o meu profundo agradecimento a várias pessoas que me ajudaram desde a primeira hora a concretizar a tarefa que tinha em mãos.

Em primeiro lugar, agradecer à Professora Doutora Beatriz Padilla por ter aceite o meu convite para ser a orientadora da minha Tese de Mestrado, pela extensa e variada bibliografia que me disponibilizou, pelos encontros e debates que mantive desde 2011 a esta parte, pela orientação que me transmitiu já numa fase posterior quando me encontrava a fazer trabalho de campo na Quinta do Conde, enfim, pelo suporte que me deu em geral na prossecução de todas as fases e tarefas pelas quais este trabalho passou, até ao momento da sua finalização. Mais uma vez, um muito obrigado.

De seguida, quero agradecer aos meus pais o apoio e alguns conselhos que me deram enquanto me mantive concentrado na concretização deste trabalho.

À Marina, a enorme motivação, disponibilidade, empenho e ideias que me concedeu em situações por vezes complicadas para a sua própria actividade académico-profissional.

Ao meu irmão David, pela vontade demonstrada para conhecer o meu trabalho, mesmo sabendo que este se afastava da sua actividade diária enquanto estudante universitário.

Aos meus colegas de turma e de investigação, pelas trocas de ideias, partilha de experiências e desafios em torno de algumas questões que nos são próximas. Ao Bruno, pelo sentido crítico com que leu o meu trabalho, fazendo-me questionar e reflectir em algumas questões que se foram levantando.

Por último ao meu avô, à minha avó e ao Fred. Tenho saudades vossas.

Um muito grande e sincero obrigado a todos.

Resumo

Empreendedorismo no Sector da Beleza: Brasileiras na Quinta do Conde

O ponto de partida para esta pesquisa, surgiu no decorrer de um estudo anterior (2009) em que durante o trabalho de campo, constatou-se a sobre-representação de um sector que doravante será designado por sector/ramo da beleza na Quinta do Conde, freguesia do concelho de Sesimbra que, para além da sua enorme visibilidade, encontra-se centrado no género feminino e num grupo bem concreto.

Nessa perspectiva, pretende-se efectuar uma etnografia da globalização no feminino, mapeando os percursos migratórios de mulheres brasileiras residentes na freguesia da Quinta do Conde e que se tornaram empreendedoras no sector da beleza.

Procurar-se-á descodificar se a sua opção por este ramo, se deveu a uma questão de oportunidade, necessidade ou disposições sociais e se o mercado se encontra baseado nesse aspecto, numa lógica marcada pela nacionalidade no que respeita às contratações efectuadas.

Serão salientadas questões económicas que lhes são inerentes: averiguar os prós e contras na tomada de decisão que se pensa ser neste processo decisiva e fulcral e que passa pela sua partida do Brasil e chegada a Portugal e pela opção de abertura de um salão de cabeleireiro e tudo o que isso acarreta (burocracia; dinheiro; energia; tempo; disponibilidade; conhecimentos).

Outras questões abordadas, prendem-se com o capital social, as cooperações/redes e relações de família e conterrâneos que se vão tecendo entre quem se estabelece em Portugal e aqueles que aguardam a sua vez de fazer o mesmo; condições relacionadas com o mercado de trabalho português, bem como a exposição ainda que em traços genéricos da vida dos imigrantes na Quinta do Conde, sem nunca esquecer duas premissas que desde sempre alavancaram o presente trabalho – o género feminino e a nacionalidade brasileira.

Por último, pretende-se entrar no *campo das representações*, na medida em que se fará algumas incursões por uma temática tão subjectiva como de difícil operacionalização como é o conceito de “beleza” em articulação com a nacionalidade brasileira.

Em concreto, aborda-se o conceito de *capital corporal* que se reflecte na procura por uma aparência física juvenil que assume no Brasil, contornos de um verdadeiro capital, (Bourdieu, 1987), através da uso de determinadas práticas que transformam o corpo "natural", num corpo “distintivo” (Bourdieu, 1988), possibilitando dessa forma à mulher brasileira, uma entrada no mercado de trabalho que se pensa permanecer acessível, resultante das “poucas barreiras

técnicas e financeiras à entrada, da intersecção do género e da etnicidade, criando uma espécie de capital social étnico de género” (Rodrigues, 2010).

Na prática, pretende-se confrontar sob a forma de várias questões, as proprietárias brasileiras de salões de cabeleireiro com os serviços que oferecem e que não existem nos salões das suas colegas portuguesas; os produtos utilizados; as técnicas/métodos empregues e que no final, se poderão expressar num “ideal de beleza brasileiro” pretendido pelas suas clientes.

Uma nota final ou melhor, uma ressalva para o facto de que não existe qualquer propósito neste trabalho, de expor uma visão essencialista da mulher brasileira, colocando-a porventura como um ideal ou o modelo de beleza feminino a seguir. Pelo contrário. Pretende-se testar essa premissa, até porque não existe uma mulher brasileira.

No plano teórico, conclui-se portanto que de acordo com a pesquisa bibliográfica realizada, os fluxos migratórios femininos nos últimos anos têm aumentado de uma forma significativa, exponenciando as questões ligadas às variáveis de género, bem como a preponderância que a comunidade brasileira assumiu em Portugal no contexto dos fluxos migratórios contemporâneos.

No plano prático, as conclusões apontam para alguns traços em comum entre as entrevistadas, com as questões económicas e a língua portuguesa a assumirem um papel de relevo na opção pela escolha de emigrar para Portugal. O empreendedorismo acabou por ser nesse processo, uma “fuga para a frente” das informantes, evitando assim o desemprego e a passagem que se julga, a uma situação cada vez mais problemática e de difícil resolução.

Note-se que a abertura de salões de cabeleireiro e centros de estética, decorrem de um processo que começou na sua infância e/ou adolescência e que aqui se se designou por “disposições sociais”, ou seja, aquilo que se pode entender por uma dimensão do *habitus* de cada um(a). Dessa forma, as informantes brasileiras aqui apresentadas, aproveitaram o seu conhecimento e experiência com o exercício da sua actividade de cabeleireira e/ou esteticista, para enveredarem por essa saída profissional, dinamizando e criando riqueza, permitindo às suas proprietárias, sentirem-se integradas na sociedade portuguesa contemporânea.

PALAVRAS-CHAVE: Feminização das Migrações; Quinta do Conde; “Beleza”; Empreendedorismo Étnico; Brasil.

Abstract

Entrepreneurship in the Beauty Industry: Brazilian Women in Quinta do Conde

The main point to this work emerged from a previous study (2009) during fieldwork, when we found the over-representation of a sector that will henceforth be referred to as the beauty sector/industry in Quinta do Conde, located in Sesimbra that, in addition to its high visibility, is centered on a specific female group.

From this perspective, we intended to do an ethnography of globalization on women, mapping the migratory paths of Brazilian women living in Quinta do Conde that became entrepreneurs in the beauty sector. Efforts will be made to realize if their choice within this field is connected to a matter of chance, need or social dispositions and if the market hires following nationality criteria.

We will highlight economic issues attached to them: exploring the pros and cons along the decision process as decisive and crucial, what they go through at departure from Brazil and upon to Portugal, and the option of opening a hair salon and all that that it entails (bureaucracy, money, energy, time, availability, knowledge).

Other issues related to social capital, the cooperation/networks and relationships of family and countrymen that weave between them, those who established in Portugal and those awaiting their turn to do the same; the conditions related to the Portuguese labor market, as well as their exposure, even in generic traits, to the life of immigrants in Quinta do Conde, without forgetting two premises that have always leveraged this work – female/gender and Brazilian nationality.

At last, we intend to enter the field of representations to make some incursions in a topic which is subjective and difficult to operationalize, the concept of Beauty in conjunction with the Brazilian nationality/ethnicity. In particular, we discuss the concept of corporal capital which has been started to be discussed recently, in the quest of a youthful physical appearance that takes in Brazil special relevance as true capital (Bourdieu, 1987). Through the use of certain practices transforming the "natural" body in a "distinctive" one (Bourdieu, 1988), Brazilian women are able to enter the labour market, which is thought to be accessible, resulting from "a few technical and financial barriers to entry, the intersection of gender and ethnicity, creating a kind of ethnic capital of gender" (Rodrigues 2010).

In practice, we intend to confront various issues, interviewing Brazilian owners of hair salons about the services they offer that are not available in the hair salon owned by

Portuguese women, what products they use, the techniques/methods employed and in the end, if what they provide coincides with the “ideal of Brazilian beauty”, desired by their customers. One final is to make clear that this work does not aim at exposing an essentialist view of Brazilian women, placing it perhaps as an ideal or ideal of feminine beauty. On the contrary, it intends to test this premise, because there is not only one type of Brazilian woman.

In theory, it is therefore concluded that according to the literature searched, the female migration flows in recent years have increased, emphasizing the issues related to gender, as well as the preponderance of the Brazilian community in Portugal took over in the context of contemporary migration flows.

On a practical level, the conclusions show some common traits among the informants, with the economic issues and the Portuguese language to assume a role in the choice of Portugal to emigrate. Entrepreneurship was in that process a "flight forward" of them, avoiding for example the unemployment and the passage to a problematic and difficult situation.

It is important to say that the opening of hairdressing salons and beauty centers, began in childhood and/or adolescence and is here termed by "social provisions". In other words, what can be understood by a dimension of the *habitus* of each. Thus, the Brazilian informants presented here, took his knowledge and experience with the exercise of their activity of hairdresser/beautician to work as professional, streamlining and creating wealth, allowing its owners the integration in the contemporary Portuguese society.

KEYWORDS: Feminization of Migration, Quinta do Conde, "Beauty"; Ethnic Entrepreneurship; Brazil.

Índice

Agradecimentos.....	i
Resumo.....	ii
Abstract	iv
Índice de Figuras	vii
Índice de Quadros.....	vii
1. Introdução	1
1.1 Metodologia Utilizada.....	3
1.2 Enquadramento Territorial	6
2. Justificação da Escolha e Pertinência do “Objecto” em Estudo	7
3. Empreendedorismo Étnico.....	21
4. Mercado de Trabalho Segmentado	25
5. A “Beleza” na Mulher Brasileira	28
6. Mini-Histórias de Vida	36
6.1 Tecendo e Entrelaçando as Mini-Histórias de Vida.....	58
7. Considerações Finais	60
8. Bibliografia	63

Índice de Figuras

Fig.1.2.1 - <i>Localização da Quinta do Conde</i>	6
Fig.2.1 – <i>O Capital Social em Análise (2 perspectivas)</i>	19
Figura 5.1 - <i>Aspecto do Interior da loja B-LEZA Cosméticos e Acessórios</i>	29
Figura 5.2 - <i>Unhas de Gel</i>	32

Índice de Quadros

Quadro 2.1 - <i>Número de mulheres estrangeiras em Portugal entre 1999 a 2008</i>	8
Quadro 2.2 - <i>População estrangeira residente em Portugal por origem e género</i>	9
Quadro 2.3 - <i>Principais comunidades imigrantes em Portugal por género e em termos absolutos em 2007</i>	11
Quadro 2.4 - <i>Índice de crescimento do PIB dos BRICS, em comparação com a OCDE</i>	13
Quadro 2.5 - <i>Crescimento do PIB em alguns países da OCDE e BRICS</i>	14
Quadro 2.6 - <i>Perfil do migrante (alguns dados)</i>	16
Quadro 3.1 – <i>Distribuição de sectores profissionais de mulheres imigrantes empreendedoras</i>	23
Quadro 6.1 - <i>Pequena síntese dos 9 entrevistados</i>	36

1. Introdução

O ponto de partida para este trabalho surgiu no decorrer de um trabalho anterior (2009) para a Câmara Municipal de Sesimbra e para o Centro de Investigação e Estudos de Sociologia (CIES) do Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE-IUL) intitulado: “Estudo de Diagnóstico e Caracterização da População Imigrante, Identificação dos seus Problemas e dos seus Contributos para a Dinâmica de Desenvolvimento dos Municípios¹”, em que durante o trabalho no terreno, constatou-se a sobre-representação de um sector que doravante será designado por sector/ramo da beleza na Quinta do Conde, freguesia do concelho de Sesimbra que, para além da sua enorme visibilidade, encontra-se centrado no género feminino e num grupo bem concreto.

Nessa perspectiva, pretende-se efectuar uma etnografia da globalização no feminino, mapeando os percursos migratórios de mulheres brasileiras residentes na Quinta do Conde e que se tornaram empreendedoras no sector da beleza, ou seja, que abriram os seus próprios cabeleireiros, tornando-se empresárias e contribuindo para a economia portuguesa.

Nessa linha, procurar-se-á descodificar se a sua opção por este ramo, se deveu a uma questão de oportunidade, necessidade ou disposições sociais e se o mercado se encontra baseado nesse aspecto, numa lógica marcada pela nacionalidade no que respeita às contratações efectuadas. Serão salientadas questões económicas que lhes são inerentes: averiguar os prós e contras na tomada de decisão que se pensa ser neste processo decisiva e fulcral e que passa pela sua partida do Brasil e chegada a Portugal e pela opção de abertura de um salão de cabeleireiro e tudo o que isso acarreta (burocracia; dinheiro; energia; tempo; disponibilidade; conhecimentos).

Outras questões abordadas prendem-se com o capital social, as cooperações/redes e relações de família e conterrâneos que se vão tecendo entre quem se estabelece em Portugal e aqueles que aguardam a sua vez de fazer o mesmo; condições relacionadas com o mercado de trabalho português, bem como a exposição ainda que em traços genéricos da vida dos imigrantes na

¹ Estudo desenvolvido no âmbito de um programa promovido pelo Alto-Comissariado para a Imigração e Minorias Étnicas (ACIDI) e que pretendeu conhecer o fenómeno imigratório a nível local, através de uma perspectiva demográfica, social e cultural, bem como registar as suas condições de vida e respectivas percepções em relação à integração e às medidas de política social postas em prática nos Concelhos de Oeiras e Sesimbra. Para mais informações, consultar o site do ACIDI: http://www.acidi.gov.pt/_cf/70628.

Quinta do Conde, sem nunca esquecer duas premissas que desde sempre alavancaram o presente trabalho – o género feminino e a comunidade brasileira.

Por último, pretende-se entrar no *campo das representações*, na medida em que se fará algumas incursões por uma temática tão subjectiva como de difícil operacionalização como é o conceito de *Beleza* em articulação com a nacionalidade brasileira.

Em concreto, aborda-se o conceito de *capital corporal* que se reflecte se quisermos à uns anos a esta parte, na procura por uma aparência física juvenil que assume no Brasil, contornos de um verdadeiro capital, (Bourdieu, 1987), através da uso de determinadas práticas que transformam o corpo "natural", num corpo “distintivo” (Bourdieu, 1988), possibilitando dessa forma à mulher brasileira, uma entrada que se pensa ser ainda ser acessível, resultante das “poucas barreiras técnicas e financeiras à entrada, da intersecção do género e da etnicidade, criando uma espécie de capital social étnico de género” (Rodrigues: 2010, Resumo).

Na prática, pretende-se confrontar sob a forma de várias questões, as proprietárias brasileiras de salões de cabeleireiro com os serviços que oferecem e que não existem nos salões das suas colegas portuguesas; os produtos utilizados; as técnicas/métodos empregues² e que no final, se poderão expressar num ideal de beleza brasileiro (?) pretendido pelas suas clientes³.

Uma nota final ou se melhor, uma ressalva para o facto de que não existe qualquer propósito neste trabalho, expor uma visão essencialista da mulher brasileira, colocando-a porventura como um ideal ou o ideal de beleza feminino a seguir. Pelo contrário. Pretende-se testar essa premissa, até porque não existe uma mulher brasileira. Pensa-se que existam muitas mulheres brasileiras, nem que seja pela diversidade e dimensão do território brasileiro. Considera-se que não existe um padrão feminino de beleza brasileiro. A beleza como já fora dito, é um conceito de natureza subjectiva ou seja, o que poderá ser bonito para um indivíduo, não o é para outro e vice-versa, o que nos leva a pensar que ao tomarmos a mulher brasileira como algo que possa ser reificado, para além de ser um juízo desproporcionado, porventura constitui em si mesmo um “exercício” arriscado e perigoso de ser produzido.

² Tome-se como exemplo o caso da "escova progressiva" (com ou sem formol) que, segundo informações apuradas, trata-se de um método originário do Brasil.

³ Considerou-se pertinente a dada altura “dar a palavra” às mulheres/clientes portuguesas, para que possam justificar a razão de optarem por um cabeleireiro brasileiro e/ou beneficiarem dos tratamentos de uma cabeleireira brasileira em detrimento de uma nacional?

1.1 Metodologia Utilizada

A metodologia usada neste trabalho foi sobretudo de pendor qualitativo, como acontece em muitos estudos de género.

Numa primeira fase, efectuou-se uma apurada pesquisa bibliográfica que procurou conciliar as fontes internacionais com as fontes nacionais. Após esta recolha, decidiu-se regressar ao trabalho de campo que se deixara em 2009⁴, embora desta vez com objectivos distintos. Para Cabral, “tal como o rito de iniciação, o trabalho de campo é uma experiência total”; “Ele retira o indivíduo do contexto habitual e previsível em que ele se encontrava para um contexto novo, imprevisível e portanto, atemorizante” (1983: 327).

O trabalho de campo realizado no âmbito desta pesquisa, decorreu entre 2011 e 2012 de forma intercalada, incidindo na freguesia da Quinta do Conde, concelho de Sesimbra⁵.

A razão para esta escolha deveu-se ao facto de se ter verificado uma sobre-representação do sector da “beleza” nesta localidade, ao mesmo tempo que se constatou que o “objecto” em estudo (cabeleireiros e centros de estética), eram geridos na sua maior parte por mulheres brasileiras.

Definido com rigor o “objecto” em estudo, escolheu-se o método da observação participante para estudá-lo. Para Cabral, esta metodologia “facilita o acesso a certas áreas de conhecimento da vida social que outros métodos não conseguem atingir” (idem: 336) embora ressalve de imediato:

Em termos absolutos, o conceito de observação participante é contraditório. No entanto, sabemos também que uma participação parcial é conciliável com uma observação atenta, se não absorvente, o que significa que, na prática, a observação participante se torna possível. O que ela nunca deixa de ser é paradoxal. O observador encontra-se perante duas armadilhas:

1. O perigo de cair na participação, a participação inobservante — com uma interiorização total dos interesses e ideais do grupo a estudar;
2. O perigo de cair numa observação distante e fria que lhe impeça uma visão “em profundidade” do grupo social a estudar e provoque a reacção natural dos próprios membros da sociedade, que se recusarão sempre a ser estudados por alguém que não demonstre simpatia para com os seus ideais e interesses (idem: 332).

⁴ Ver pág. 1.

⁵ Ver pág.6.

Atentando-se ao que Cabral acabara de sublinhar, ainda para mais quando quem está a pesquisar é homem e os locais observados são espaços feminizados ou seja, lugares onde as relações sociais produzidas são efectuadas sobretudo entre mulheres e para mulheres, a tarefa do investigador não se adivinha fácil. Todavia, procurou-se desde sempre estabelecer uma relação de confiança mútua, tendo-se tido o cuidado de interromper o menos possível as respostas das entrevistadas face às temáticas propostas.

O resultado das observações efectuadas conduziu à recolha de 9 mini-histórias de vida sustentadas nos relatos recolhidos (note-se que se recorreu a nomes fictícios, preservando assim a identidade das entrevistadas) durante um ano na Quinta do Conde. Para Godinho, as histórias de vida, permitem: “a reconstituição dos acontecimentos...colocando extractos destas em complementaridade com o discurso teórico, é feita sob a forma de *ilustração*: a narração de vida constitui um significante” (1998: 42).

Neste sentido, optou-se por este método (embora de uma forma mais sintética), na abordagem às várias temáticas/questões propostas: 1) razões que levaram as cabeleireiras/esteticistas brasileiras a emigrar para Portugal; 2) mercado de trabalho; 3) tipologia da clientela; 4) questão da “beleza” observada à luz da mulher brasileira e dos seus contributos enquanto profissional desse sector ao “panorama” português, seja ele profissional ou não.

Para operacionalizar este método, construíram-se três guiões de entrevistas⁶ dirigidos a: 1) cabeleireiras e/ou esteticistas brasileiras; 2) cabeleireiras e/ou esteticistas portuguesas; 3) clientes portuguesas que frequentem e/ou optem por salões de cabeleireiro/estética brasileiros (em detrimento dos portugueses).

Como se pode compreender, pretendeu-se perceber de que forma as cabeleireiras e/ou esteticistas portuguesas observam as suas congéneres brasileiras e vice-versa (concorrentes?; colegas?) e também procurar entender as razões que levam as clientes portuguesas a escolherem salões de cabeleireiros e centros de estética em que as suas proprietárias são brasileiras. Será porque existe um “ideal de beleza brasileiro” e que neste caso é veiculado e reproduzido por este tipo de espaços onde a “beleza” se manifesta e evidencia de uma forma particular?

Por fim, recorreu-se ainda a contactos exploratórios, conversas formais e/ou informais, troca de correio electrónico com várias instituições e agentes com destaque para a Câmara

⁶ De referir que as entrevistas recolhidas de acordo com os critérios do terceiro guião, não foram incluídas, pelo menos sob forma de citações, neste trabalho mas sim, na busca por pistas, dados e perspectivas das informantes em questão face à temática da “beleza” e àquilo a que se designou neste trabalho por “ideal de beleza brasileiro”.

Municipal de Sesimbra (C.M.S.) e para alguns gabinetes da sua dependência como o Gabinete de Apoio ao Empresário (G.A.E), entre outros.

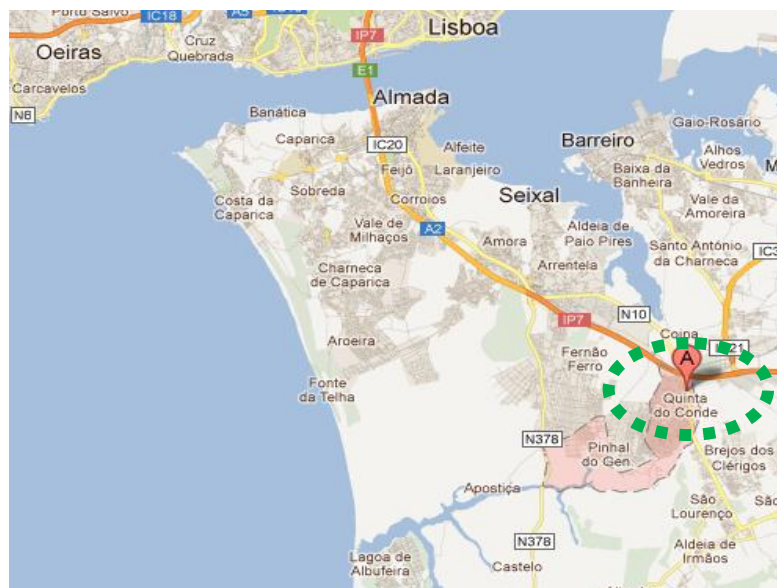
Recorreu-se em todas essas tarefas, a um diário de campo, onde se procurou registar informações de natureza diversa, que de outra forma se poderiam perder e esquecer.

No final, pretende-se produzir uma breve Etnografia da Globalização através da sua contextualização e com base no registo dos fluxos migratórios de 9 mulheres que enveredaram pelo empreendedorismo no sector da “beleza” na Quinta do Conde, permitindo enquadrar o estudo aqui exposto, numa perspectiva mais ampla e sustentada no que concerne aos estudos migratórios e em particular à pertinência da feminização dos fluxos migratórios na contemporaneidade, bem como discernir as múltiplas dinâmicas que o local assume face ao global e vice-versa.

1.2 Enquadramento Territorial

O trabalho de campo como já fora dito no início deste trabalho, foi realizado na Quinta do Conde (fig. 1.2.1), a freguesia mais populosa do Concelho de Sesimbra. Constituída em 1985, chegou a vila dez anos depois ou seja, em 1995, transformando-se no pólo aglutinador da região na área de prestação de serviços e na área comercial.

Fig.1.2.1 Localização da Quinta do Conde



Fonte: Google Maps 2012

A Quinta do Conde, é de acordo com os Censos de 2011 (resultados provisórios)⁷, a freguesia que mais contribuiu para o crescimento populacional dos últimos 10 anos do concelho de Sesimbra com cerca de 16567 habitantes em 2001, para 25606 em 2011, ou seja um aumento de 55%, representando cerca de 52% do total da população residente do concelho (49500).

A lei das chamadas Áreas Urbanas de Génese Ilegal (AUGI) [Lei n.º 91/65, de 2 de Setembro, alterada e republicada pela Lei n.º 10/2008, de 20 de Fevereiro] e a sua aplicação, bem como melhoria se quisermos a uma macro-escala das acessibilidades das quais se destaca a travessia ferroviária da Ponte 25 de Abril, diminuindo a distância-tempo a Lisboa, os investimentos que a Câmara Municipal de Sesimbra tem feito no concelho e em particular na própria freguesia da Qta do Conde com a abertura de equipamentos e serviços e de infra-estruturas urbanas, a

⁷ Mais informação disponível em <http://www.ine.pt>.

par com a iniciativa privada na abertura de pequenas superfícies comerciais, entre outros, contribuíram em larga medida para o desenvolvimento da freguesia.

2. Justificação da Escolha e Pertinência do “Objecto” em Estudo

Não há maior perda no mundo do que a perda da sua terra natal” (Eurípedes, 431 a.C.)

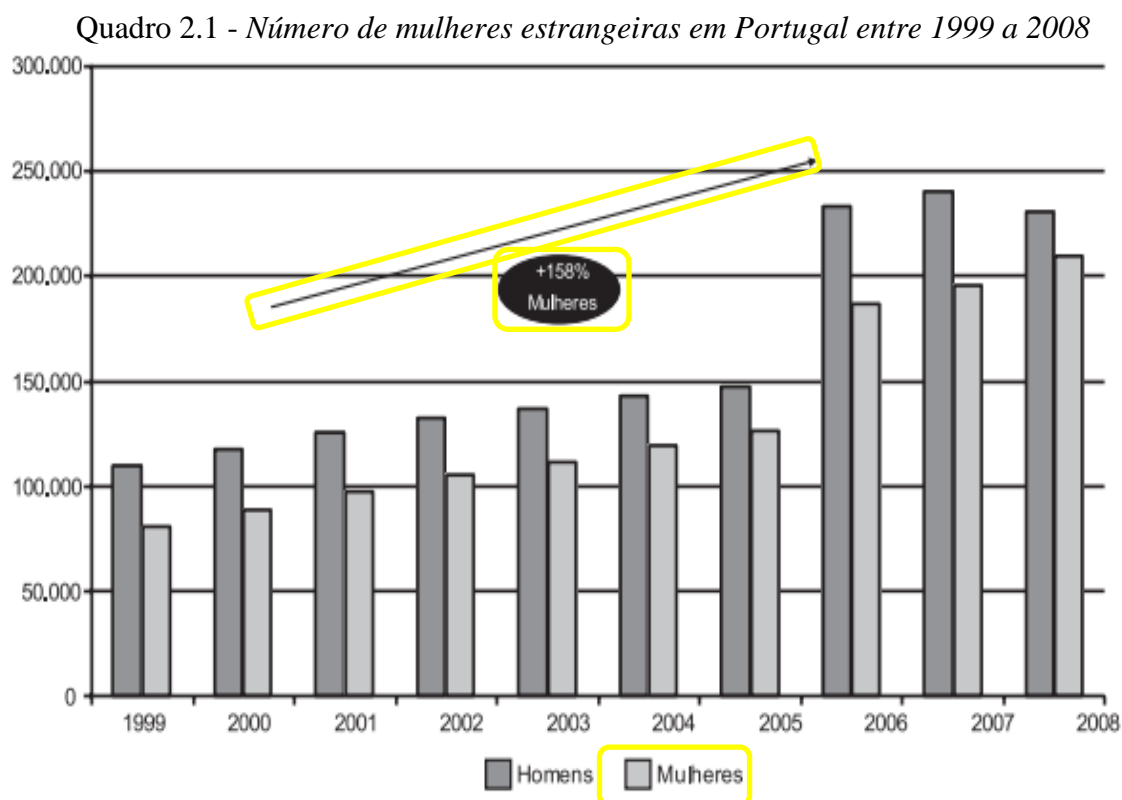
Um dado inquestionável nos últimos anos é o aumento da migração feminina, dando origem ao aparecimento de alguns estudos académicos acerca da temática da feminização das migrações.

Segundo Zlotnik (2003) esta já representava em 1960, cerca de 47% do total de migrantes internacionais, apesar de registarem um aumento residual de apenas 2% até 2000, chegando aos 49%. Os dados actuais, superam os valores registados pelos homens nos países desenvolvidos, apresentando um valor de 51% do total.

Na literatura internacional, as variáveis de género e suas questões afins, em particular o estudo de mulheres imigrantes, tornaram-se mais frequentes depois dos anos 70. O enfoque deixou de estar centrado no género masculino, para passar a estar focado na mulher enquanto sujeito migratório activo. Segundo Padilla (2010: 19), as mulheres, “migram de forma independente à procura de novas oportunidades de trabalho e não como familiares dependentes ou ao abrigo do reagrupamento familiar”, embora ainda em muitos tal situação se verifique.

De acordo com Pellegrino (2004: 58), a feminização dos fluxos migratórios, encontra-se relacionada com o aumento do tráfico e da exploração do seu corpo. Noutras situações, poder-se-á falar num aumento da procura de mão-de-obra feminina para trabalhos específicos como são disso exemplo os trabalhos domésticos e os trabalhos que envolvem tomar conta de crianças e/ou idosos. Peixoto particulariza o caso português referindo: “women have been an important part of the new migrations that started in Portugal in the late 1990s, even taking into account the delayed effect of diverse cycles of family reunion” (2009: 198).

Observe-se a seguinte figura:



Fonte: SEF (2010)

De acordo com o quadro acima exposto, em quase 10 anos verifica-se um aumento exponencial de 158% no que respeita ao género feminino. Já a emigração masculina fixa-se nos 110 % para o mesmo período. Outro dado que se extrai, é que em 1999 existiam cerca de 110 mil homens e 80 mil mulheres⁸ e em 2008, 230 mil homens e 210 mil mulheres⁹. Isto significa que se para os homens o número duplicou, para as mulheres, quase que triplicou. Outra leitura que se faz é que é em 2008 que os géneros mais se aproximam¹⁰. É óbvio que a análise aqui evidenciada, não pode centrar-se apenas em dados estatísticos. Com efeito, considera-se que existe cada vez mais uma alteração, porventura substituição do papel¹¹ que estava destinado ao homem, e que agora passou a ser realizado (também) pela mulher: “O fenómeno de feminização das migrações, não se limita portanto ao aspecto numérico, mas caracteriza-se também por uma alteração de papéis associados aos homens e às mulheres” (Padilla, 2010:19). Nesse sentido, a mulher passou portanto a assumir um papel de destaque

⁸ Trata-se de um valor aproximado.

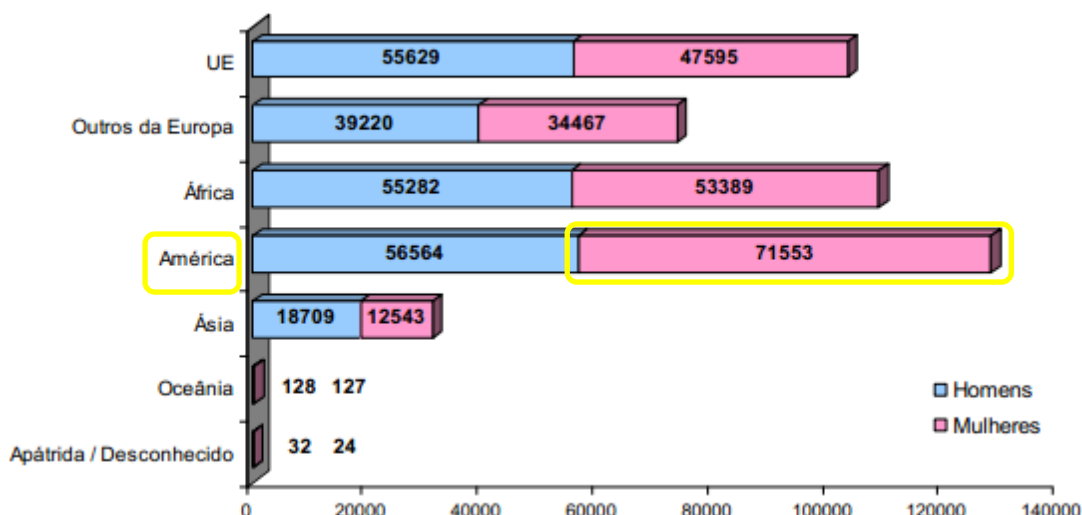
⁹ *Idem.*

¹⁰ Estima-se que ficam a faltar apenas 20 mil mulheres para igualarem o mesmo número de homens.

nas sociedades contemporâneas . Esta mudança deveu-se sobretudo ao facto de que cada vez mais a emigração representa para a mulher uma espécie de “projecto emancipatório”, em que deixa de estar dependente do ponto de vista económico do homem para viver. Para além deste dado e numa perspectiva mundial, Padilla confere uma dimensão geográfica em relação a algumas comunidades da América Latina, referindo ainda em simultâneo o seu presumível carácter familiar: “as comunidades migrantes de Argentina, Brasil, Chile, Costa Rica, Equador, Uruguai e Venezuela apresentam uma situação mais equilibrada entre homens e mulheres” (2010: 96).

Tomemos o gráfico abaixo exposto. No caso do continente americano, podemos aferir que existe uma manifesta aproximação de género em termos estatísticos entre o homem que decide emigrar e a mulher que opta pela mesma via. Com efeito, os dados referentes ao continente americano permitem-nos perceber que se para o género masculino existem 56564 indivíduos, para o género feminino existem 71553 mulheres ou seja, um saldo de 14989. Por outras palavras, trata-se do único continente onde as mulheres se destacam enquanto sujeito migratório primordial. Vejamos:

Quadro 2.2 - *População estrangeira residente em Portugal por origem e género*



Fonte: SEF (2010)

Para além do continente americano, existe uma enorme paridade de género entre os países africanos e os “Outros da Europa”. Uma das causas que potenciam os fluxos migratórios para

Portugal, prendem-se por exemplo com razões de ordem afectiva (ser casado(a) com um(a) português(a) ou ter conhecido um(a) português(a)).

Padilla e Ortiz abordam a celebração de casamentos mistos em Portugal que ocorrem “como estratégias de adaptação à nova sociedade ou como motivo da migração” (2009: 96), baseando-se nos dados do INE de 2007 que relevam o matrimónio de 5603 pessoas, cuja nacionalidade de um dos cônjuges não é portuguesa, representando cerca de 12% do total dos matrimónios realizados em Portugal, cabendo aos latino-americanos 3778 casamentos, o que significa cerca de 67% do total de casamentos celebrados entre um nacional e um imigrante. Escrivá (1997) nota que o género é muito interessante neste tipo de abordagem, já que muitas mulheres provenientes da América Latina que se encontram em território português, viajaram por terem afinidades com portugueses ou por serem casadas com estes. A este tipo de migração, Escrivá designa por “constituição duma família” ou seja, a mulher quando chega ao país de acolhimento, apenas pode contar com o suporte do seu namorado ou marido. Note-se que os matrimónios celebrados entre pessoas originárias de dois países diferentes, não constituem per si um fenómeno novo. Porém, a partir de 1990, esta questão ganhou um repentino destaque, assumindo repercussões dignas de serem estudadas.

A questão do género é ainda fulcral para compreender que a mulher ainda hoje em pleno século XXI continua a ser estigmatizada, situação que se “agrava”, quando conjugada com outros actores como a sua condição de emigrante.

Goffman (1985), refere a esse propósito que o conceito de estigma remete para todo o indivíduo cuja identidade social real se encontra um ou mais atributos que não correspondem às expectativas normativas da sociedade em questão. Tome-se como exemplo o caso de Marita, uma peruana que casou com um português e que acabou por vir morar para Portugal. A partir desse momento, tudo se complicou. Engravidou, ficou em casa durante dois anos sem conseguir arranjar trabalho, separou-se do marido e ainda foi obrigada a lutar pela guarda do filho, para além de ter sido estigmatizada pelos seus amigos e família: “... os amigos do meu ex-marido deram-me as costas, trataram-me como aproveitadora, com o típico preconceito da mulher latina que se casa com um europeu para ascender” (Padilla e Ortiz, 2009:107).

Xavier e Padilla exortam: “Tanto a feminização dos fluxos, como a crescente incorporação das mulheres pelo casamento, devem ser fenómenos considerados com atenção na investigação futura devido às múltiplas consequências em relação aos filhos” (2009: 108).

Outras razões que poderão ser aqui apontadas que poderão ou não estar correlacionadas com o género, são de ordem diversa: questões relacionadas com a educação (ex.: prosseguimento dos estudos superiores num país estrangeiro); questões relacionadas com a família (ex.: laços

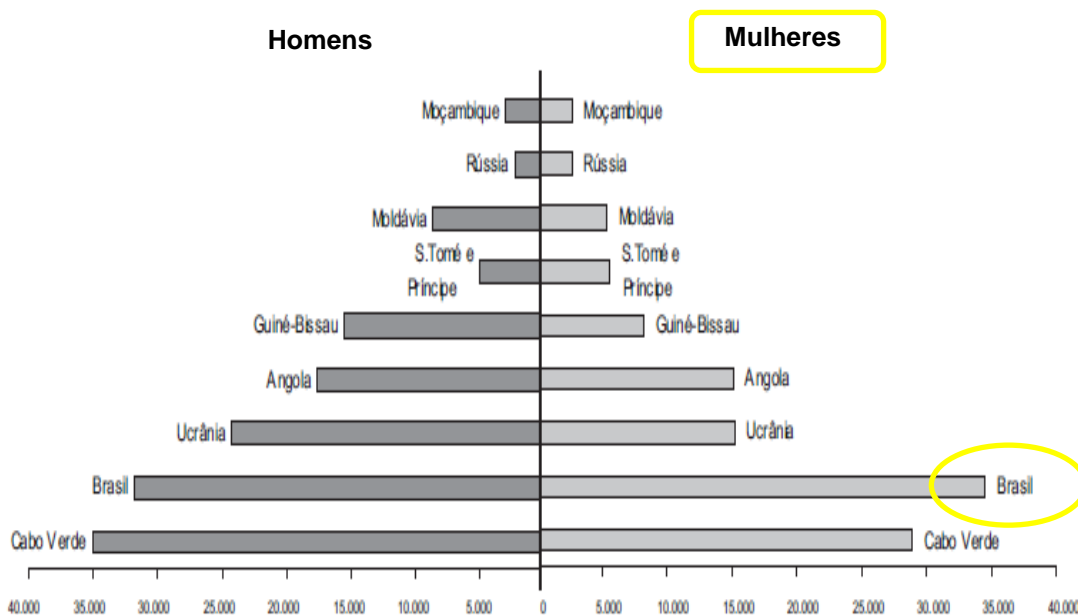
familiares que o sujeito migratório tem o seu país de origem); questões de âmbito laboral (ex.: circulação de quadros de empresas internacionais portuguesas e/ou transnacionais (ex.: quadros superiores de empresas multinacionais), bem como desportistas (ex.: futebolistas).

Para além desta feminização dos fluxos migratórios, este trabalho contemplará como interlocutores, mulheres brasileiras. Porquê abordar os movimentos migratórios femininos a partir de uma perspectiva nacional?

Um dado interessante que serve como um de outros possíveis de serem avançados para a questão acima explicitada e que já foi apresentado no quadro 2.1¹², passa pela notoriedade que a “comunidade” brasileira assumiu nos últimos anos em Portugal, quer sob uma perspectiva numérica e estatística, quer em termos de um nova configuração do papel social que foram conquistando e que se reflectiu na opção pela realização deste trabalho. Segundo Padilla existe uma “equação migratória entre a América Latina e a Europa, com uma visão histórica, integradora e de longo-prazo” (2009: 19).

Portugal assume, segundo esta autora, um papel essencial, já que “a maioria dos latino-americanos emigrou para Espanha, Portugal e Itália” (*idem*: 25). Padilla avança ainda que “podemos falar da “ibero-americanização” dos fluxos migratórios na Península Ibérica”, assim como da “brasilianização” dos fluxos” em Portugal. Observe-se o seguinte gráfico:

Quadro 2.3 - Principais comunidades imigrantes em Portugal por género e em termos absolutos em 2007



Fonte: SEF (2007)

¹² Ver página 7.

Uma das leituras que desde logo se podem fazer de acordo com o quadro acima exposto, é que a maior “comunidade” imigrante feminina em Portugal é a brasileira, com cerca de 35 mil mulheres, enquanto que os homens situam-se nos 32,5 mil.

Cabo Verde, por exemplo, supera o Brasil no que toca ao género masculino com quase 35 mil indivíduos, enquanto as mulheres atingem os 29 mil. Em termos absolutos, as mulheres brasileiras são a comunidade mais representativa, quer em termos de género, quer em termos nacionais. Este indicador é corroborado por Farmhouse, embora noutro plano, já que salienta a relevância político-económica que o Brasil tem conquistado nos últimos anos num quadro regional:

A crescente importância do Brasil como potência emergente no continente americano recolocou Portugal como parceiro estratégico na ligação da América Latina ao continente europeu. Com mais de 100.000 cidadãos residentes em território nacional, o Brasil afirma-se, de forma destacada, como a comunidade estrangeira mais representativa em Portugal, confirmando a tendência que se vinha a desenhar desde o início do presente (em Padilla e Xavier (org.) 2009: 7).

No plano económico, Strauss-Kahn, ex-director do Fundo Monetário Internacional (FMI) reforça esta tese afirmando que o Brasil desempenha, “key role to play in global economic governance. It is the largest economy in Latin America and is integrated into the global trade and financial network. Brazil’s future is linked to global economic prospects”¹³.

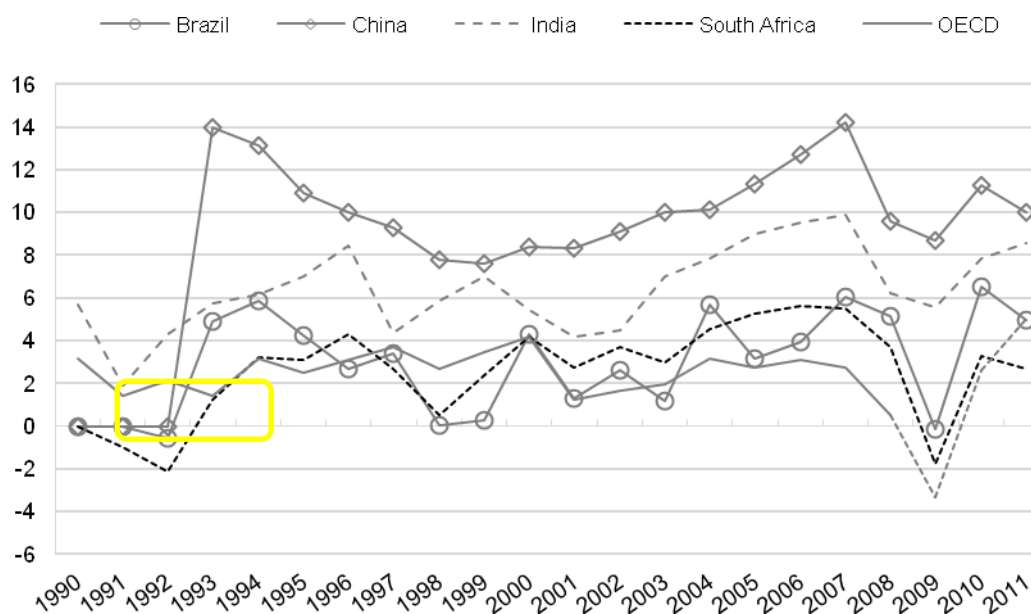
O Brasil tornou-se este ano¹⁴, não só um dos países que lidera a economia global, como um dos poucos que poderá acalentar a esperança de que a sua economia continuará a crescer, sustentada num mercado interno sólido e numa alta taxa de investimento equilibrada.

Note-se o quadro que se segue:

¹³ Disponível em <http://www.imf.org/external/np/sec/pr/2010/pr10215.htm>.

¹⁴ “Refere-se ao ano de 2011.

Quadro 2.4 - Índice de crescimento do PIB dos BRICS15, em comparação com a OCDE



Fonte: OCDE (2010) e OCDE-EU *Database in Emerging Economies*. Disponível em <http://dx.doi.org/10.1787/888932332037>

De acordo com o quadro 2.4, o PIB dos chamados BRICS cresceu em pouco mais de uma década, acima da média dos países da OCDE.

Em pormenor, atente-se ao quadro seguinte:

¹⁵ O Brasil a par da Rússia, Índia, China e África do Sul, constituem os BRICS, um acrónimo para designar os cinco grandes mercados emergentes actuais.

Quadro 2.5 - Crescimento do PIB em alguns países da OCDE e BRICS¹⁶

	Share in total world GDP 1990	Share in total world GDP 2008	Average GDP growth	Average GDP growth	Annual GDP growth				Projections	
					2006	2007	2008	2009	2010	2011
G-8 countries										
Canada	2.7	2.3	2.7	1.7	2.9	2.5	0.4	-2.7	3.6	3.2
France	5.7	4.7	1.8	1.2	2.4	2.3	0.3	-2.5	1.7	2.1
Germany	7.9	6.0	1.9	0.5	3.4	2.6	1.0	-4.9	1.9	2.1
Italy	5.2	3.8	1.3	0.1	2.1	1.4	-1.3	-5.1	1.1	1.5
Japan	13.8	8.1	1.0	0.5	2.0	2.4	-1.2	-5.2	3.0	2.0
United Kingdom	4.6	4.4	2.4	1.5	2.4	2.6	0.6	-4.7	-4.7	1.2
United States	26.4	23.4	3.3	1.6	2.7	2.1	0.4	-2.4	3.2	3.2
Russian Federation ^c	2.4	2.7	-0.4	4.8	7.7	8.1	5.6	-7.9	5.5	5.1
Total OECD	79.9	67.4	2.6	1.5	3.1	2.7	0.5	-3.3	2.7	2.8
Non-OECD										
Brazil	2.1	2.7	2.6	3.2	3.9	6.1	5.1	-0.2	6.5	5.0
China ^c	1.6	7.1	10.4	10.4	12.7	14.2	9.6	8.7	11.1	9.7
India	1.5	2.0	5.6	7.1	9.5	9.9	6.2	5.6	8.2	8.5
South Africa	0.5	0.5	1.6	3.6	5.6	5.5	3.7	-1.8	3.3	5.0

Fonte: OCDE (2010) e World Bank Development Indicators Database. Disponível em <http://dx.doi.org/10.1787/888932332550>

De acordo com o Quadro 2.5, as projecções da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE) indicam que o Brasil em 2011, apresentou uma taxa de crescimento na ordem dos 5%, o que significa que acima dele, encontram-se a China (9,7%), a Índia (8,5%) e a Federação Russa (5,1%). A África do Sul (5,0%) partilha portanto o mesmo lugar (4º) *ex aequo* com Brasil.

Os brasileiros continuam a olhar para a Europa, apesar de serem considerados um dos países em franco desenvolvimento económico, como um destino preferencial para trabalhar e em particular Portugal, com a sua “porta de entrada”¹⁷ num mercado de trabalho comum

¹⁶ As projecções efectuadas pela OCDE, assim como a metodologia e fontes utilizadas, podem ser consultadas em pormenor no item *Sources and Methods: OECD Economic Outlook*, que podem ser “descarregadas” no site oficial da OCDE na Internet.

¹⁷ Uma nota para a débil situação económico-financeira portuguesa, agravada como se sabe, com a actual crise económica mundial surgida em 2008-2009. Um exercício que se pensa ser pertinente fazer ainda que apenas sob a forma de uma questão, é o de perceber até que ponto Portugal é, ou continua a ser neste momento (2012), um país receptor de imigração brasileira? Pode-se adiantar no entanto e sem cometer qualquer imprecisão que com a actual recessão da economia portuguesa, uma descida ou até mesmo o desaparecimento dos fluxos recentes migratórios da Europa de Leste para Portugal são já uma realidade, dado o curto espaço de tempo e as razões que levaram ao seu crescimento (Góis e Marques 2012), enquanto porventura poderemos falar de uma continuidade dos fluxos tradicionais, o que neste caso a imigração brasileira estaria incluída, embora com decréscimos assinaláveis.

partilhado por 27 estados-membros¹⁸. É evidente que essa “herança”, se é que podemos chamar-lhe assim, provém do passado. Farmhouse destaca os laços históricos entre os dois países no que concerne ao panorama dos processos migratórios:

A irmandade entre Portugal e o Brasil tão reclamada pelos dois povos funciona, agora, nos dois sentidos. Depois de um longo período em que emigravam, Portugal é hoje um país de destino privilegiado para muitos brasileiros que procuram aqui uma vida melhor (apud Padilla e Xavier (orgs.) 2009: 7).

Se de início eram os portugueses que partiam para o Brasil, neste momento, passa-se o inverso. Os brasileiros começaram a perceber há uns anos a esta parte, que Portugal fruto da sua adesão à União Europeia (UE), na altura Comunidade Económica Europeia (CEE) em 1986, sofreu profundas mudanças económico-sociais que motivaram a escolha de Portugal como país de acolhimento, reforçado por um elemento-chave que é a partilha de um mesmo idioma, o português.

As razões económicas, representam um dos factores mais importantes que permitem justificar a razão ou razões que levam um ou mais indivíduos a emigrar. Padilla e Xavier invocam essa dimensão:

Elementos económicos que explicam, fomentam ou desencorajam os movimentos migratórios, relacionam-se com as possibilidades de uma inserção laboral. É através desta inserção no mercado de trabalho, que o processo migratório pode ser concretizado e mantido ao longo do tempo (2009: 29).

A Europa desperta na realidade uma atracção para a “comunidade” brasileira e esta não pode alhear-se do facto dos salários europeus serem mais favoráveis quando comparados com os seus, mesmo quando estamos a falar,

De postos de trabalho considerados de pouco prestígio e para os quais os imigrantes estão sobre-qualificados. Esta situação indica-nos a presença de uma mobilidade laboral descendente, compensada pela diferença de vencimentos e pelo tipo de câmbio (Padilla e Xavier, 2009: 30).

O que Peixoto (2009) reforça assegurando que “the high economic motivation behind most inflows” (2009: 198), reflecte também segundo Coutinho (2007), em termos de desigualdade de género quando analisado o indicador de remuneração média/hora: os homens auferem 4,31

¹⁸ De acordo com o *site* oficial da União Europeia, são 27 os Estados-Membros; 5 países candidatos e 17 Outros países da Europa. Mais informações em http://europa.eu/about-eu/countries/index_pt.htm.

euros enquanto que as mulheres 3,55 euros. No que respeita às mulheres brasileiras (segunda onda migratória), estas encontram-se sobre-representadas segundo Peixoto, em trabalhos do sector das limpezas e outros¹⁹ que reflectem um crescimento sustentado: “recent inflows demonstrated the structural growth of some activities in the labour market”; confirmando o facto de que “and they are performed by immigrant women” (2009: 204) e que este tipo de empregos são mais estáveis do que outras actividades/profissões que constroem e reproduzem os discursos e práticas da masculinidade (ex: construção civil).

No entanto, muitos outros factores que não apenas aqueles de carácter económico, podem ser apontados como elementos que de certa forma explicam ou pelo menos tentam elucidar as razões pelas quais um indivíduo ou mais decide migrar. Com efeito, estas podem ser de natureza diversa: razões pessoais, religiosas, políticas, étnicas, factores relacionados com guerras, catástrofes naturais²⁰, entre outras. Segundo um estudo editado pela Fundação Calouste Gulbenkian (2007), pode ser traçado um perfil-tipo de um migrante, senão vejamos:

Quadro 2.6 - *Perfil do migrante (alguns dados)*

% de cidadãos de países terceiros na população (2006)	1,8
% de cidadãos estrangeiros na pop. total (2004)	4,3
Cidadãos de países estrangeiros (2006)	195444
Cidades com mais cidadãos de países estrangeiros (2001)	Setúbal (3%); Lisboa (3%); Aveiro (2%)
Principais países de origem de cidadãos de países estrangeiros (2005)	Brasil; Ucrânia e Cabo-Verde
Imigração de cidadãos de países estrangeiros (2004)	12637
Categoria mais numerosa de migrantes de longa duração (2004)	Trabalhadores (48,2%)
Requerentes de asilo registados (2006)	690
Estudantes internacionais (2004)	13581
Taxa de emprego dos cidadãos de países estrangeiros (2006)	72,6%

¹⁹ Peixoto refere que se tratam dos sectores “cleaning and caring, as well as other services” (2009: 204).

²⁰ Nestes casos, já poderemos estar a falar de “migrações forçadas”, na medida em que os movimentos populacionais observados, são efectuados sob coacção ou violência.

Comparada com os cidadãos nacionais	+4,6%
Taxa de desemprego dos cidadãos de países estrangeiros (2006)	10,4%
Comparada com os cidadãos nacionais	+2,8%
Aquisições de nacionalidade (2005)	939
Países com mais processos de aquisição de nacionalidade (2005)	Venezuela, Brasil e Cabo Verde

Fonte: Index de Políticas de Integração de Migrantes (2007). Lisboa.

Fundação Calouste Gulbenkian.

Neste quadro, pode-se apurar que em 2001, as cidades de Setúbal, Lisboa e Aveiro²¹, eram aqueles que registavam a maior percentagem de cidades portuguesas com mais cidadãos de países estrangeiros, estando distribuídos de acordo com dados de 2005, por três principais países: Brasil; Ucrânia e Cabo Verde, pertencendo à “categoria” de trabalhadores (48,2%), aqueles que migraram por um período de tempo de longa duração²².

Um dado interessante aqui apresentado reside no indicador “Taxa de emprego dos cidadãos de países estrangeiros (2006)”. Neste constata-se o valor de 72,6% ou seja, um saldo positivo de 4,6% em relação aos trabalhadores nacionais, o que poderá contrariar a tese muitas vezes aceite e por demais repetida de que os emigrantes não querem trabalhar²³. Contudo, muitas vezes não basta a vontade de trabalhar. Pellegrino (2004) destaca, por exemplo, o papel que as redes sociais desempenham nos movimentos migratórios contemporâneos na obtenção de um posto de trabalho:

As redes sociais de imigração constituem um elemento explicativo das migrações [, já que] o poder explicativo das redes no desenvolvimento dos fluxos migratórios é muito forte, até ao ponto de servirem como facilitadoras da migração, actuando como vectores a fim de transmitirem informação e como pontos de apoio que articulam os laços de solidariedade [...]. Por exemplo, a existência destas redes faz com que grupos étnicos/nacionais se concentrem

²¹ Por ordem decrescente.

²² A migração de longa duração é segundo uma equipa das Nações Unidas (1998: 18) “A person who moves to a country other than that of his or her usual residence for a period of at least a year (12 months), so that the country of destination becomes his or her new country of usual residence. From the perspective of the country of departure the person will be a long-term emigrant and from that of the country of arrival the person will be a long-term immigrant”.

²³ Uma pequena nota apenas para referir que este assunto será retomado mais à frente.

em certos países, cidades e em certos bairros ou que os co-nacionais e os co-étnicos trabalhem no mesmo sector ou nicho do mercado (2004: 45).

Portes reforça, referindo que as redes sociais são, “conjuntos de associações recorrentes entre grupos de pessoas ligadas por laços ocupacionais, familiares e afectivos” (1995: 12).

Em síntese, as redes sociais possibilitam às pessoas de acederem a um manancial de “coisas” que em circunstâncias normais se tornariam impossíveis de alcançar (ex.: crédito, informação privilegiada, emprego, etc). Aquando da sua integração nestas redes, a obtenção de determinados recursos passa a ser facilitado. Nesta fase, se é que podemos chamar-lhe assim, Portes designa de capital social:

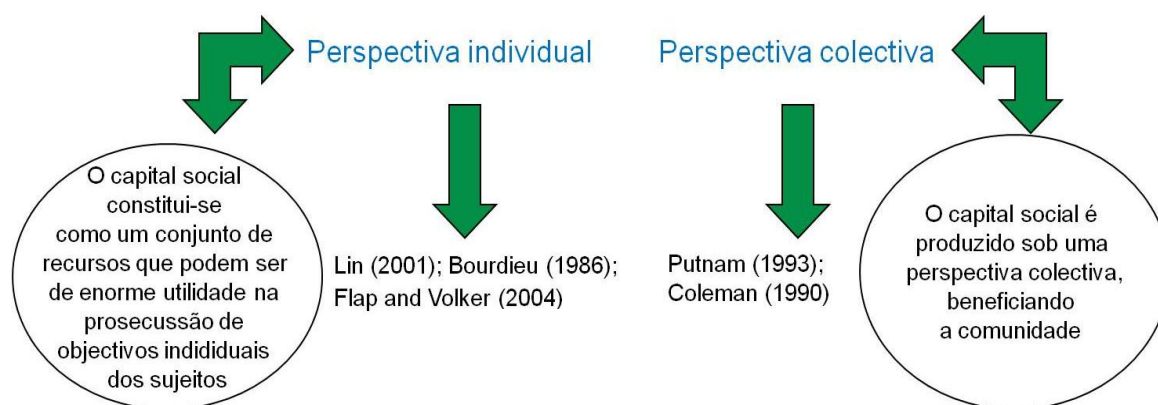
Os indivíduos ao se encontrarem integrados nas suas respectivas redes sociais, manifestam uma certa capacidade de alcançar certos recursos. [A estes recursos dá-se a designação de capital social que significa a] capacidade dos indivíduos para mobilizar recursos escassos em virtude da sua pertença a redes ou a estruturas sociais mais amplas (1999: 16).

Num estudo organizado por Lancee (2012), a teoria do capital social é abordada como uma forma de investimento que permite a chegada mais célere a determinados objectivos:

“People well equipped with social resources in the sense of their social network and the resources of others they can call upon - succeed better in attaining their goals”; “people will invest in relations with others because of the expected future value of the resources made available by these relations” (2004: 6).

Desde logo a ideia de reciprocidade, ganha relevo nesta teoria, na medida em que quando se dá, espera-se algo em troca. Em resumo, os académicos têm preconizado que o capital social contribui para os resultados económicos, como o acesso ao mercado de trabalho. Para os imigrantes, o capital social é essencial ao: 1) basear-se nas redes sociais existentes que se tornaram numa efectiva forma de redução dos custos na procura de trabalho; 2) elemento dissuasor de medidas anti-discriminatórias que surgem muitas vezes neste tipo de situações. Lancee corrobora esta tese, ao formular uma questão basilar, fruto do seu trabalho nos Países Baixos: “To what extent can bonding and bridging social capital be associated with a higher likelihood of employment and higher income, for immigrants in the Netherlands?” (2012: 16). Para nos ajudar a compreender a teoria do capital social, tomemos em consideração a seguinte figura:

Figura 2.1 - *O Capital Social em Análise (2 perspectivas)*



Nota: Esquema elaborado pelo autor e adaptado de Lin (2001); Flap and Volker (2004); Bourdieu (1986); Coleman (1990) e Putnam (1993)

De acordo com a figura 2.1, podemos constatar que existem duas perspectivas a ter em consideração quando se aborda o capital social. A primeira que privilegia a dimensão individual (Flap; Volker; Bourdieu; Lin) e a segunda, a dimensão colectiva (Coleman; Putman). Assim, ora beneficia-se a individualidade do sujeito, ora beneficia-se o colectivo da comunidade. Gambetta (1988) e Putnam (1993) apontam por seu lado no geral, a ideia de confiança como um elemento fulcral presente na teoria do social capital. Portes e Sensenbrenner (1993) alinham pela mesma diapasão: “bounded solidarity and enforceable trust are the main components of social capital in immigrant communities” (p.204).

Uma questão emerge: Até onde nos leva o capital social? O capital social como já fora aflorado, pode por exemplo em termos profissionais, permitir-nos aceder a um emprego que em condições normais não conseguiríamos alcançar, através da presença de amigos, familiares, conhecidos, em cargos dentro de empresas, instituições, etc.

De que forma? Quantos de nós já não ficámos a pensar a razão de não termos sido escolhidos para ocupar uma determinada vaga para a qual concorremos e não conseguimos, apesar do empenho, currículo, experiência profissional demonstrada, o que seja, para o cargo exigido? Porventura pouco ou muito pouco. Resta-nos talvez pensar que na próxima situação, tudo corra pelo melhor. Se não correr, podemos sempre socorrer-nos da criação de um negócio próprio, do auto-emprego ou se quisermos de seguirmos a via do empreendedorismo, tão em voga nos dias que correm. Quer sejam nacionais, quer sejam imigrantes, o empreendedorismo tornou-se hoje uma realidade a que não somos alheios, fomentada pela crise económico-social actual que se faz sentir um pouco por todo o mundo. Portugal não é excepção. O INE como se sabe, publica com regularidade a taxa de desemprego. Segundo os dados referentes ao 3º

trimestre de 2011, a taxa de desemprego situa-se nos 12,4%²⁴, o que faz com que o desemprego, a precariedade, a redução de salários, a perda de direitos sociais, a insegurança na manutenção dos postos de trabalho, constituem os problemas mais graves com que o país se depara neste momento. O empreendedorismo, tornou-se e torna-se para muitos, uma das soluções para as dificuldades diárias encontradas. Não são portanto apenas os nacionais que recorrem a esta opção profissional. Também os imigrantes vêm no auto-emprego uma resposta para as suas necessidades mais básicas.

²⁴ Dados obtidos na página oficial do INE no dia 13 de Fevereiro de 2012. Mais informações em <http://www.ine.pt>

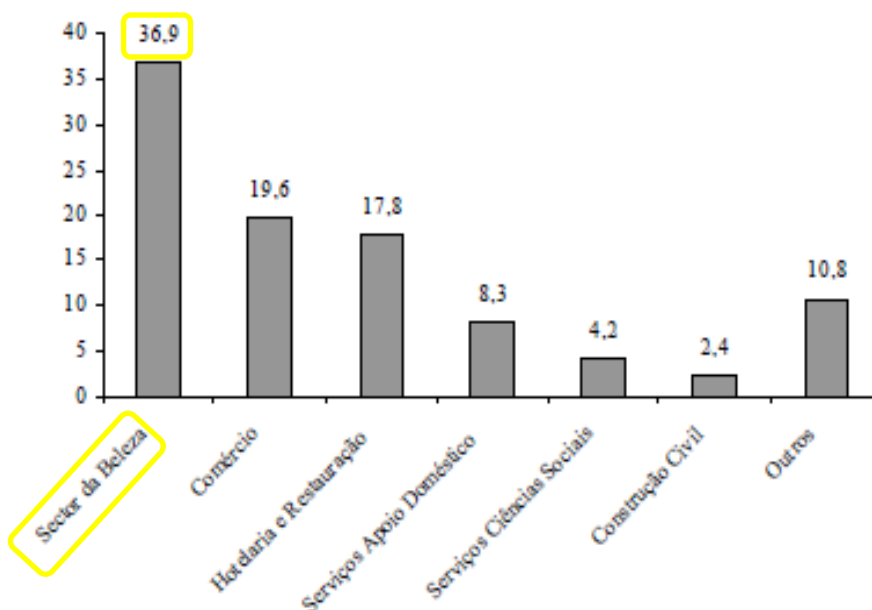
3. Empreendedorismo Étnico

Para nos certificarmos se este “conceito” apresenta alguma consistência, necessitamos de sair de casa e fazer uma etnografia de rua, à semelhança do que Eckert e Rocha (2003) sustentam:

desenvolvimento da observação sistemática de uma rua e/ou das ruas de um bairro e da descrição etnográfica dos cenários, dos personagens que conformam a rotina da rua e bairro, dos imprevistos, das situações de constrangimento, de tensão e conflito, de entrevistas com habitués e moradores, buscando as significações sobre o viver o dia-a-dia na cidade (p. 105).

Mas antes de avançarmos para o trabalho de campo, há que compreender melhor o que se entende por empreendedorismo étnico. Padilla e Xavier, abordam os fluxos migratórios brasileiros no feminino em articulação com as especificidades dos mercados de trabalho a partir do momento em que este se encontra dividido por grupos étnicos, salvaguardando que é, “importante perceber que a feminização dos fluxos migratórios não se explica em todos os países da mesma forma, devido à diversidade dos nichos do mercado de trabalho” (p.29). Considera-se portanto que neste trabalho, existem em Portugal os nichos de mercado que Padilla e Xavier falam, em particular no sector da beleza/estética. Nesse pressuposto, Peixoto (2009) refere: “Ethnic segmentation often combines with gender segmentation in this process, since some jobs are considered to be appropriate for women” (p.196). Observe-se o seguinte gráfico:

Quadro 3.1– *Distribuição de sectores profissionais entre mulheres imigrantes empreendedoras*



Fonte: Inquérito Mulheres Imigrantes Empreendedoras (CIG, 2010).

Como se pode aferir, o sector da beleza surge em primeiro lugar e logo destacado com 36,9%, seguido pelo sector do comércio no segundo posto com 19,6% e Hotelaria e Restauração no último lugar do “pódio” com 17,8%, o que constitui uma das razões (entre outras), para a pertinência e actualidade deste estudo. Os serviços relacionados com os trabalhos domésticos, surgem num modesto 4º lugar com cerca de 8,3%, o que contraria a(s) ideia(s) errónea(s), os juízos de valor, os preconceitos e tudo o que gravita em torno da ideia estereotipada e pré-definida veiculada em especial pelos *mass media* de que as mulheres brasileiras apenas se dedicam a actividades marginalizadas como a prostituição e os serviços de acompanhamento de homens. Marques e Góis, salientam por seu lado que nos últimos anos, a falta de qualificações superiores entre as mulheres migrantes tem sido o traço comum encontrado, o que poderá conduzir muitas mulheres a procurar novas formas de “sobrevivência” económica:

Diversos estudos indicam, pelo menos desde os anos 90, que a maioria das mulheres imigrantes em Portugal desempenham actividades profissionais que requerem baixas qualificações, funções de empregada doméstica ou de limpezas, empregada de comércio ou empregada de restaurante (2012: 45).

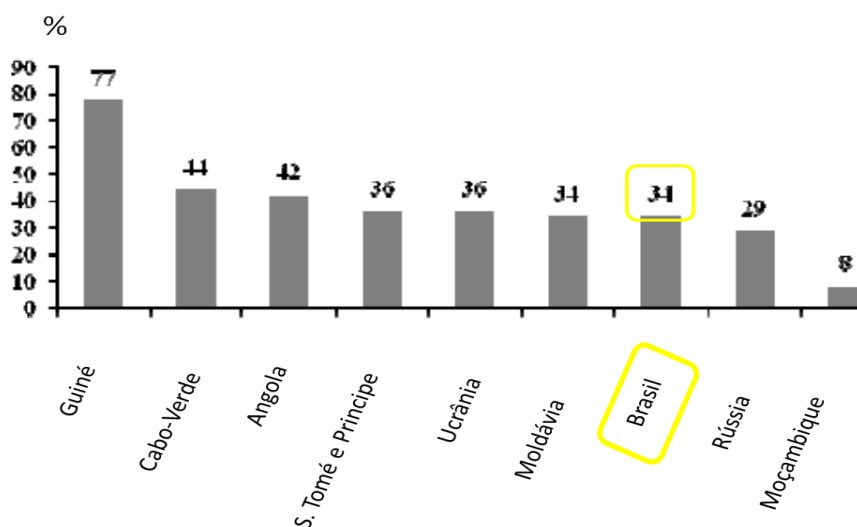
É evidente que para tomarmos esta afirmação como uma realidade insofismável, era necessário perceber que estudos são esses, de que forma foram feitos, quais os critérios utilizados, entre muitas outras questões. Nesse sentido, realce-se o papel que o *ACIDI* tem efectuado em torno da desmistificação desta questão, assim como muitas outras, e que se reflecte em várias iniciativas²⁵ que promove em conjunto com outras instituições como a entrega de prémios ao melhor empreendedor estrangeiro no ano de 2011 em Dezembro último. Como forma de promoção nesta área, o *ACIDI* lançou ainda o *Projecto de Promoção ao Empreendedorismo Imigrante* (PEI). Foram nesse âmbito efectuados vários cursos de apoio à criação de negócios com realce para o concurso de ideias de negócios que recebeu 127 candidaturas, distribuídos por 75 mulheres e 52 homens; com 159 interessados em frequentar cursos de apoio à criação de negócios (95 mulheres e 64 homens). Destes, 99 receberam os certificados de participação e conclusão do curso (63 mulheres e 36 homens e 46 cartas de recomendação de negócios - 26 para as mulheres e 20 para os homens). Para finalizar, foram criados 5 negócios de forte pendor feminino (CIG 2010)²⁶. Em síntese, o que

²⁵ Um exemplo de uma iniciativa mais recente e que se assistiu, refere-se às V Jornadas da Imigração que se realizaram na Fundação Calouste Gulbenkian em Dezembro de 2011 e que se repete todos os anos.

²⁶ Para mais informações ver - Relatório Final Interno de Execução do III Plano Nacional para a Igualdade - Cidadania e Género (2007-2010).

se pretende sublinhar com estes dados, é que mesmo que muitos destes cursos sejam cursos participados por futuros empreendedores imigrantes com baixas qualificações, tal como Góis e Marques (2012), referem na página anterior a propósito da inserção laboral das mulheres imigrantes no geral em Portugal, tal não significa que os seus negócios não possam contribuir para a economia local, desempenhando em muitos casos um papel relevante na própria economia nacional. Para compreender melhor o sector em análise – sector da Beleza, observemos o seguinte gráfico que expõe com detalhe o peso do sector da Beleza por país.

Quadro 3.2 *Distribuição (%) do sector da beleza por país*



Fonte: Inquérito Mulheres Imigrantes Empreendedoras (CIG, 2010)

Uma breve leitura deste gráfico, aponta para a predominância de mulheres no sector da Beleza originárias da Guiné-Bissau (77%), seguidas pelas naturais de Cabo-Verde (44%) e Angola (42%). O Brasil surge no 7º lugar (34%), a que se segue a Rússia (29%) e Moçambique (8%). Ainda de acordo com Góis e Marques, muitas das ideias relacionadas com o empreendedorismo imigrante, são “produzidas” nas suas especificidades culturais, tornando-se muitas vezes, difíceis de se concretizarem através da abertura de negócios:

O apoio necessário devido a uma resistência ou a atitudes etnocêntricas por parte dos avaliadores [...] no estudo promovido pela CIG, revela-se que para se tornarem empreendedoras, 65,5% das imigrantes inquiridas utilizaram as suas poupanças; pedir um empréstimo a familiares surge em segundo lugar e só depois o recurso à banca (2012: 59)

Os dois autores salientam ainda que a contatação de trabalhadores é efectuada de acordo com alguns critérios como o da nacionalidade:

Quando têm outros trabalhadores a cargo, as mulheres recorrem mais do que os homens a imigrantes da sua própria nacionalidade mas também contratam trabalhadores portugueses, mostrando que não se encontram encerradas numa endogamia comunitária. De acordo com o estudo supracitado, em 27% dos casos, empregam familiares, mas estes nem sempre são remunerados de acordo com as funções desempenhadas (*idem*: 59-60).

No que respeita à Quinta do Conde, pode-se afirmar que de acordo com o trabalho de campo efectuado entre 2009 a 2012²⁷, o empreendedorismo étnico concentra-se acima de tudo no sector da beleza e na nacionalidade brasileira. Com efeito, é visível a profusão em quase toda a freguesia de salões de cabeleireiro de por um lado, e de centros de estética por outro, com estes últimos a assumirem notoriedade nos últimos 3, 4 anos a esta parte. Para perceber se de facto, estas informações recolhidas no terreno convergem com as informações que as entidades oficiais têm, foram contactados alguns serviços da Câmara Municipal de Sesimbra com destaque para o Espaço Cidadania – CLAI e o Gabinete de Inserção Profissional. Ambos remeteram a resposta para o Gabinete de Apoio ao Empresário (GAE) que, embora tenha mostrado alguma disponibilidade de início para responder a esta e outras questões, com o desenrolar de alguns contactos (envio de e-mails e chamadas telefónicas), revelou-se parco nas informações transmitidas, pelo que se decidiu entretanto abandonar as abordagens mantidas com este(s) interlocutor(es), visto que o objectivo inicial não foi possível de ser apurado, pelo menos por esta via e neste momento (2011/2012).

²⁷ Para mais informação, ver pág. 4 onde se poderá ficar a conhecer a Metodologia Utilizada.

4. Mercado de Trabalho Segmentado

Segundo Peixoto (2008), foi com Portes (1981) e Piore (1979), que a teoria do mercado de trabalho conheceu um impulso. A atracção exercida pelos mercados de trabalho “secundários” e pela economia informal em países ditos “menos” desenvolvidos para os “mais” desenvolvidos, resultou na mobilidade de migrantes em busca de melhores condições de vida. “É esta situação, também, que nos permite afirmar que não existe imigração sem uma “procura” económica específica” (2008: 22).

Como todos sabemos, a economia mundial nos últimos anos, tem-se caracterizado por ser uma actividade produtiva que transcende as fronteiras de um país. As empresas multinacionais são nessa perspectiva um bom exemplo. Ao instalarem-se em países “menos” desenvolvidos, angariam assinaláveis fluxos de trabalhadores locais. Os grupos étnicos empreendedores são observados à luz de uma comunidade que utiliza os seus laços étnicos na mobilização de fontes e oportunidades (Aldrich e Waldinger 1990). Assim, o empreendedorismo étnico encontra-se facilitado pela mobilização em torno da etnicidade, pelo que a sua abordagem, aproxima-se de ideia de “embeddedness” de Granovetter (1985: 487), em que as relações sociais baseadas em laços de amizade, contraem ou promovem o comportamento económico (Portes e Sensenbrenner 1993; Rath 2008) ou seja, o facto de um indivíduo pertencer a uma mesma comunidade baseada em laços étnicos ou em que os seus indivíduos partilham por exemplo a mesma nacionalidade, constitui um factor essencial na opção por esta ou aquela (ou não) senda empreendedora num determinado país. Compreender a relação entre estes factores e a empresa, é pois uma tarefa fulcral na medida em que o empreendedorismo de minorias étnicas, encontra-se articulado à mobilidade socioeconómica (Waldinger 1986). Apesar disso, os laços étnicos, não explicam as baixas taxas de fundação de negócios próprios, entre alguns grupos étnicos, tais como os mexicanos ou a via do empreendedorismo entre grupos “não-étnicos”, como os indivíduos “brancos” nascidos nos EUA. Hoje em dia e por definição, o empreendedorismo étnico encontra-se limitado a grupos étnicos, não raras as vezes com baixas taxas de participação neste tipo de “actividades”. Valdez (2002) “serve-se” da sociologia económica, na sua abordagem ao empreendedorismo, introduzindo uma dimensão teórica e empírica que procura desenvolver a perspectiva do empreendedorismo étnico. A um nível teórico, é seguida a conceptualização de Polanyi. Nesse sentido, e apoiando-se neste último, Valdez (ibidem), argumenta que o sistema económico de uma determinada sociedade, distingue-se a partir de três formas de integração económica: a) Trocas de mercado; b) reciprocidade c) redistribuição. Estas constituem

relações fundadas na economia de mercado que contribuem para a sua manutenção. O argumento central deste autor, reside no facto de que os alicerces do capitalismo baseiam-se nas três formas da integração económica, que contribuem de forma distinta para o empreendedorismo. Também Leung (2003), foca a temática do empreendedorismo étnico e a sua diversidade, noção que se encontra associada quase em exclusivo às indústrias intensivas de trabalho e actividades do sector de serviços, geridos por membros da família ou migrantes de comunidades co-étnicas. De forma a serem entendidas as estratégias operacionais complexas destes empreendedores, Leung utiliza o conceito “mixed embeddedness” (p.277), que salienta a interacção dos aspectos socioculturais por um lado, e por outro, as economias locais e mais abrangentes. O autor aborda os chineses (população minoritária na Alemanha) em articulação com as suas actividades empreendedoras, sugerindo:

In order to understand business decisions made by a certain group of ethnic entrepreneurs, one has to pay careful attention to the embeddedness of their practices, that is, the important interplay between the socio-cultural factors on the one hand, as well as the production/market specificities of the sector investigated and the broader (local, regional and international) socio-economic processes in which the entrepreneurship is situated on the other (2003: 290).

Por seu lado, Chiang (2004), aborda a questão da via do auto-emprego ou se quisermos do empreendedorismo étnico, por vezes é a única solução como forma de fugir ao desemprego e à falta de integração na sociedade de acolhimento. O contexto que estuda, são as cidades de Brisbane, Sydney e Melbourne e o desígnio que pretende alcançar é o de procurar entender a razão por detrás de emigrantes de Taiwan terem altas taxas de desemprego na Austrália, apesar das suas altas qualificações e serem provenientes de famílias em muitos casos abastadas. Os resultados são vários: grande dificuldade em encontrar emprego fruto da inadaptação ao país de acolhimento; falta de fluência em inglês; desconhecimento da cultura empreendedora e do mercado laboral australiano; legislação complexa e consequente burocracia em relação à criação de empresas próprias; mercado exíguo e ausência de vontade de aceitar um emprego que não se enquadre no seu “background” educacional e económico. Em traços gerais, a Austrália tornou-se desde 1980 um país de acolhimento em grande escala para os imigrantes asiáticos. De acordo com os Censos²⁸ australianos, os imigrantes taiwaneses cresceram cerca de 10 vezes mais entre 1986 e 1996, duplicando entre 1991 e

²⁸ Tratam-se de dados não publicados relativos aos anos 1986, 1991, 1996 e 2001 do Australian Bureau of Statistics.

2001 (pág.153, 154). O auto-emprego passou nessa altura a manifestar-se como uma “fuga para a frente”, conforme ficou expresso nas suas palavras:

Self-employment has become a significant alternative for Taiwanese who have difficulty in finding jobs. Forty-eight (48%) of the study participants have been self-employed. Only 15 of them have employees since their operations are too small to hire other employees (*idem*: 163).

Com efeito, este autor salienta que existem duas perspectivas em relação ao auto-emprego: 1) segundo académicos dos estudos das migrações, o recurso ao auto-emprego constitui uma forma do imigrante se integrar do ponto de vista económico no país de acolhimento; 2) o auto-emprego leva à entrada num "enclave", em vez de uma efectiva participação na economia "mainstream", onde as empresas de migrantes só favorecem os seus co-étnicos e onde os empresários migrantes exploram os seus co-étnicos. Segundo Light, "there are doubts whether self-employment in fact has become a trap for migrants, keeping them in an enclave economy (1994). Por seu lado, Rodrigues, particulariza esta questão do “self-employment”, argumentando que as mulheres brasileiras no sector da beleza e fruto das relações que mantêm e que se caracterizam por serem fechadas e agregadas entre si, usufruem de um conjunto de informações valiosas do mercado específico onde trabalham, “suavizando” as dificuldades que encontram no abastecimento de produtos necessários para o seu negócio e no acesso à mão de obra necessária (2010: 20).

A respeito da convergência dos imigrantes em determinados sectores profissionais, Aldrich e Waldinger (1990) resumem que a orientação e a decisão dos imigrantes resulta de alguns aspectos a ter em consideração: a) desenvolvimento de mercados abandonados; b) selecção de mercados caracterizados por economias de escala inexistentes e/ou débeis; c) aproveitamento de mercados com procura oscilante e/ou inconstante; e d) investimento em mercados de produtos ou serviços exóticos.

5. A “Beleza” na Mulher Brasileira

“Le corps est le premier et le plus naturel instrument de l’homme”; “le premier et le plus naturel object technique, et en meme temps moyen technique, de l’homme, c’est son corps” (Mauss: 1934, p.10).

A “Beleza” é um conceito dinâmico que encontra e recupera diferentes representações ao longo da história e nas mais diversas culturas. Na actualidade, o desejo de rejuvenescer e conquistar a beleza é por demais evidente com a existência e expansão de uma indústria pujante e em franco crescimento desde há uns anos a esta parte. De acordo com Sant’Anna (2009), o paradigma alterou-se:

Os cuidados com a alma eram tão ou mais importantes do que aqueles com o corpo, hoje vive-se uma espécie de inversão: o corpo se tornou a parte principal do ser, é para ele que fazemos os nossos principais sacrifícios e é dele que esperamos os maiores prazeres ou recompensas. No entanto, há quem escape disso, existem algumas maneiras de lidar com o corpo que tendem a considerá-lo uma passagem para a expansão da sabedoria, e elas ocorrem tanto no mundo oriental, quanto em culturas ocidentais” (entrevista disponível online em 07/07/2009)²⁹

A “beleza” e a procura pelos cânones estéticos actuais ou por aquilo a que pode designar de uma suposta “Beleza Internacional”, tornou-se segundo a historiadora, uma expressão individual e subjectiva de cada um, que vai ao encontro àquilo a que designa por “flutuações da moda e interesses do mercado”, baseada em modelos universais e difundidos com insistência pelos meios de comunicação social. Sant’Anna argumenta que existe na contemporaneidade uma maior liberdade na prática de desporto, cuidados com o corpo e utilização de cosméticos do que por exemplo na época das nossas avós. Contudo assinala-se ao mesmo tempo, uma gradual e porventura desmedida exigência com a aparência da mulher, embora o homem nos últimos anos tenha vindo cada vez mais a preocupar-se com o seu bem-estar físico e/ou estético. Se no passado, a indústria da beleza persuadia a mulher a ficar bonita para o seu marido/companheiro, neste momento apela ao seu ego, exortando-a para que fique bonita para si própria. Segundo a professora e investigadora Strozenberg, “a cantora e actriz Zezé Mota fundou uma organização para criar maiores oportunidades para modelos e atores negros: o Centro de Informação e Documentação do Artista Negro (CIDAN) (2005: 27)”. Note-se que o arquétipo de “ideal de beleza brasileiro” era nessa altura alicerçado na ideia de “embranquecimento” e manifestado nos olhos claros, no traço fino e nos cabelos lisos

²⁹ Para mais informações ver o site <http://www.comciencia.br/comciencia/handler.php?section=8&edicao=15&tipo=entrevista>.

e loiros. Com o crescimento desta indústria, bem como no surgimento de um mercado cada vez mais segmentado, para além de muitos outros factores, o panorama alterou-se. Indivíduos de rostos e “corpos escuros” ocupam lugar de destaque nas sociedades, contribuindo para a chegada e profusão dos chamados produtos “étnicos”: sabonetes, cremes, champôos, etc, etc, etc, atulharam e atulham prateleiras de lojas um pouco por todo o lado. Sesimbra, em particular, a freguesia da Quinta do Conde, não fugiu à regra. *B-LEZA* foi uma entre várias lojas encontradas e contactadas.

Fig. 5.1 *Aspecto do Interior da loja B-LEZA Cosméticos e Acessórios*



Fonte: Foto cedida pela proprietária em Novembro de 2011

A sua proprietária, a sr.^a Luísa, uma africana a residir na freguesia há vários anos, descreveu a sua loja no decurso de uma entrevista dada em finais de 2011, como um local mais direccionado para um público-alvo que veio preencher um espaço que em 2009 se encontrava desocupado na freguesia: “uma loja mais baseada em acessórios e produtos de cosmética brasileiros e africanos e vendo portanto champôos, máscaras, tintas, ceras para depilação, vernizes” (Entrevista realizada na Quinta do Conde em Novembro de 2011). No que toca aos seus produtos, destacou:

Tenho produtos afro para o cabelo, tenho produtos brasileiros como por exemplo Novex, produtos da Gota Dourada, champôos. Tenho uma gama de champôos sem sal que sai muito agora...e tenho tintas naturais sem amoníaco, que sai muito, também é uma coisa que sai

muito. E depois tenho vários produtos para o cabelo: cremes para pentear por exemplo, shampoos, condicionadores...tenho vitaminas para a queda do cabelo...bronzeadores, na altura do verão também se vendem bronzeadores brasileiros e cremes da Flora Brasil.

Em relação aos seus clientes afiançou que são “mais brasileiros e africanos e também portugueses já vão aderindo ” o que vai ao encontro de dados empíricos de outros estudos, de que muitas vezes, o exótico como que se massifica à população autóctone (Góis e Marques, 2012: 60).

Falar do sector da beleza, sem abordar as cirurgias plásticas seria o mesmo que não falar numa indústria que movimenta milhões em todo o mundo e que constitui um fenómeno em franco crescimento nas últimas década a esta parte. A antropóloga Liliane Ribeiro, argumenta a esse propósito que a mulher ao realizá-las, procura “sentir-se bem consigo mesma”, “melhorar a auto-estima” e “gostar do seu corpo” (2006: 8). A autora sustenta que,

Nesse sentido, ao mesmo tempo em que as práticas médicas apresentam à mulher a possibilidade de realizar seu desejo de possuir um ‘corpo perfeito’, a existência de uma cultura ‘psi’ que tende a explicar tudo a partir da interioridade do sujeito, leva os indivíduos a encontrar na auto-estima um dos modos de justificar a necessidade de se adequarem a modelos estéticos (*idem*: 11).

Ribeiro (*idem*) aborda o corpo a partir de uma perspectiva multidimensional, buscando compreendê-lo nas suas mais diversas formas e sentidos. Para essa tarefa, apoia-se na antropóloga Sónia Maluf, que refere que o corpo é algo que pode ser percebido, “não apenas como objecto de cultura, mas como também dotado de agência própria, não apenas como receptáculo de símbolos culturais, mas como produtor de sentido” (2003: 2).

Os grandes “beneficiários” se quisermos, desta procura por dar um sentido ao corpo que se tem e que vai sendo produzido ao longo do tempo, são por exemplo os centros de estética e os institutos de beleza. A economista Ruth Dweck, aborda os avultados investimentos no sector da “Beleza”, em particular no contexto brasileiro, salientando que

a relevância desses investimentos expressa-se no surgimento de novos produtos; “a indústria de cosméticos e perfumaria realiza negócios que envolvem bilhões de dólares e ocupam milhões de pessoas e, no Brasil, passou nos últimos anos por um grande crescimento” (p.2); “o consumo de cosméticos no Brasil cresceu muito nos últimos anos, reflectindo uma mudança de hábito dos brasileiros” (1999: 7).

Para percebermos melhor este crescimento, uma questão emerge: Quais as causas que têm provocado este aumento expressivo no sector da “beleza” a nível mundial? A resposta não se encontra neste ou naquele factor, reside em vários. Desde logo, pela inserção no mercado de trabalho da mulher, que como já vimos atrás, passou a ser um sujeito activo e relevante, emancipando-se em relação ao homem e saíndo de casa para trabalhar. Outro factor que se pode avançar, está relacionado com a segmentação e a selectividade do mercado de trabalho ou seja, a conquista e permanência de postos de trabalho é muitas vezes feita através de um investimento na aparência, o que significou e significa que os homens acabaram também eles por sentir quer a nível individual, quer a nível profissional, a necessidade de cuidar do seu aspecto.

Consideremos a este propósito, o contexto português e em particular o caso aqui estudado – a freguesia da Quinta do Conde, Concelho de Sesimbra. Apoiando-nos numa das várias mini-histórias de vida aí recolhidas, constatou-se uma certa tendência para essencializar a mulher brasileira, conferindo-lhe um estatuto que a coloca entre as mulheres que mais se preocupam com a sua aparência:

“a mulher brasileira é mais vaidosa, gosta de se mostrar, de pôr sandália...”; “Lá é verão o ano inteiro e por isso os lá os cabeleireiros estão sempre cheios o ano inteiro, cá em relação a essa questão, eu vejo que o movimento cai...”(Entrevista realizada em Novembro de 2011 na Quinta do Conde).

A antropóloga Miriam Goldenberg (2006), apoia-se em Gilberto Freyre³⁰ que, já em 1987, fazia a apologia da mulher brasileira e em concreto das suas ancas: “encantadoras ancas femininas”, “virtuosas”, “dignas”, foram algumas expressões e significados por si empregues e que iam além do mero campo da estética. Para além da apologia do corpo feminino brasileiro, Goldenberg sustenta que Freyre efectua uma defesa (intransigente) da beleza brasileira enquanto única e detentora de um traço identitário que não deve ser desprezado, sinalizada pelos seus traços miscigenados num “corpo equilibrado de contrastes”. A sua proposta de (re)colocar a beleza da mulher brasileira no lugar onde merece, passa por aquilo a

³⁰ Uma breve nota para este antropólogo, sociólogo, escritor, historiador brasileiro (1900-1987) que embora seja considerado por muitos brasileiros como um dos mais relevantes sociólogos brasileiros, também despertou enormes críticas, sobretudo do meio académico em relação à “teoria” que desenvolveu – o Lusotropicalismo, bem como a defesa que fazia da miscigenação, encobrendo dessa forma o racismo e o colonialismo português no Brasil. Apesar disso, não deixa de ser inegável toda a influência que teve e que ainda tem neste e noutros domínios.

que chamou de “consciência brasileira”, defendendo que a mulher brasileira necessitaria de adoptar um conjunto de “práticas” adaptadas ao clima tropical brasileiro.

É evidente que Freyre efectua aqui um exercício que vai ao encontro daquilo que se pode constatar no excerto da entrevistada na página anterior que é de novo o essencializar o “ideal de beleza brasileiro”. Porém, Freyre não tem aqui qualquer pudor em fazê-lo e em reiterá-lo, defendendo inclusive que o Brasil caminha para uma indústria marcada por uma forte “europeização da beleza feminina brasileira”, reflectida há uns anos atrás, na actriz Vera Fischer e Xuxa e nos anos mais recentes na top-model Giselle Bündchen.

Goldenberg (2006: 117) salienta um estudo interessante e de cariz comparativo entre a beleza feminina francesa e a beleza feminina brasileira. Para isso, apoia-se no trabalho de um antropólogo francês Stéphane Malysse. Segundo este último, a mulher francesa dá primazia à roupa como forma de aperfeiçoamento da sua aparência pessoal enquanto que a mulher brasileira centra a sua atenção no corpo, reduzindo a sua roupa e permitindo a sua exposição quase que a “uma espécie de ornamento” (2002: 110).

Poder-se-á falar de um capital corporal?

Fig. 5.2 *Unhas de Gel*



Fonte: Foto cedida de Joana em Novembro de 2011

Na actualidade, os centros de estética assumem uma procura incessante de clientela na sua maior parte feminina. As unhas de gel, conforme se pode ver na figura 5.2, assumiram nesse sentido, uma das principais razões pelo recrudescimento destes espaços um pouco por todo o

país e em particular, na Quinta do Conde, conforme o trabalho de campo o apontou e que mais à frente será objecto de análise³¹.

Recuando um pouco no tempo, a historiadora Sant'Anna (2012)³², refere que a temática da beleza ganha visibilidade a partir da II Guerra Mundial, existindo “manuais” que dividem a beleza da mulher em dois períodos: 1) pré-maternidade; 2) pós-maternidade. Se no primeiro, a mulher é vista como feminina, sensual, bem-dotada, na segunda, a mulher como que perde todos estes predicados estéticos, passando a ganhar algum peso e por conseguinte, deixando “fugir” alguns dos seus atributos de outrora.

Para Sant'Anna, trabalhar com a propaganda³³, constituiu e constitui uma forma muito importante de perceber as tendências de moda da época. Entre 1910 e 1930, a propaganda exibiu sobretudo os efeitos negativos que certo tipo de produtos fazia na vida dos seus consumidores. Após esta fase, dá-se o oposto. Assim a partir dos anos 30, o destaque começa a centrar-se nos efeitos benéficos. Sant'Anna distingue então dois arquétipos de mulher: 1) a mulher-flor; 2) a mulher-gata ou mulher-fera. Na primeira, a analogia estética entre a mulher e uma flor é notória ou seja, a beleza feminina atinge o seu fulgor pleno no rosto que a mulher exhibe. A mulher é neste modelo, submissa e subalterna perante o homem, confinada a um espaço que poderemos designar de “vital” que é a casa onde habita. No segundo modelo, a mulher chama a si a “autoridade” de decidir o rumo da sua vida, saindo de casa e conquistando a sua independência e autonomia.

Na contemporaneidade e numa perspectiva geral e em particular na indústria da beleza, a publicidade atingiu patamares nunca antes alcançados. Somos bombardeados todos os dias e a qualquer hora, a um ritmo alucinante com publicidade nos *mass media*. Televisões, rádios, jornais, internet, telemóveis, entre outros, exibem *spots* publicitários até à exaustão, obrigando-nos a mudar de canal, até que percebemos que o dito continua espalhado que nem um vírus por todo o lado. Quantos de nós já não ouvimos promessas de rejuvenescimento, de voltar aos anos da adolescência e de ter um aspecto jovial e vigoroso através do consumo de produtos de beleza e de cirurgias plásticas? Segundo Sant'Anna, as razões são várias,

³¹ Ver pág.36.

³² Refira-se a este propósito a conferência dada por Denise Bernuzzi de Sant'Anna no ICS no dia 8 de Março de 2012, intitulada "História do Embelezamento Feminino no Brasil: Dos Artifícios Provisórios à Cirurgia Plástica" em que a historiadora brasileira projectou a história da temática da beleza no Brasil ao longo do séc. XX até à contemporaneidade.

³³ Uma breve nota para dizer que nas décadas de 50, 60 usava-se o termo propaganda e não publicidade como se utiliza agora.

destacando a competição laboral e a procura de trabalho num mercado global e caracterizado por ser cada vez mais exigente e parco em oportunidades, mesmo se estivermos a falar de mulheres jovens e qualificadas.

No contexto brasileiro, diga-se, abordar estas questões é sinónimo de agitar os mitos fundadores brasileiros em que existem inúmeros estereótipos e ideias pré-concebidas de que a mulher brasileira tem um corpo voluptuoso, contornado e sensual. Mauss já em 1934 aborda a questão do corpo e do conceito de *habitus*:

“chaque société a ses habitudes bien à elle” (p.6); “J’ai donc eu pendant de nombreuses années cette notion de la nature sociale de l’ “habitus”. Je vous prie de remarquer que je dis en bon latin, compris en France, “habitus”. Le mot traduit mieux qu’ “habitude”; l’ “exis”; l’ “acquis” et la “faculté” d’Aristote (qui était un psychologue). Il ne désigne pas ces habitudes métaphysiques, cette “mémoire” mystérieuse, sujets de volumes ou de courtes et fameuses thèses. Ces “habitudes” varient non pas avec les individus et leurs imitations, elles varient surtout avec les sociétés, les éducations, les convenances et les modes, les prestiges (1934: 6-7).

Bourdieu aborda alguns anos depois de Mauss, o conceito de *habitus*, desenvolvendo-o e tornando-o transversal a toda a sua obra. Expressão de uma condição social e histórica, espelha padrões de socialização. Em concreto, Bourdieu pretende colocar um ponto final ao antagonismo existente entre indivíduo e sociedade. Uma variável ganha aqui destaque: classe social. Segundo o autor, é a classe social que determina (entre outras como o género, cultura, país) aquilo que pensamos, que fazemos, as acções que tomamos, o percurso seja ele social, político, que “acumulamos” na nossa vida. Em *Distinção: Uma Crítica Social da Faculdade do Juízo*, Bourdieu argumenta que o *habitus* é,

Estrutura estruturante que organiza as práticas e a percepção das práticas, o *habitus* é também estrutura estruturada: o princípio de divisão em classes lógicas que organiza a percepção do mundo social é em si mesmo produto da incorporação da divisão em classes sociais (2010: 271-272)

Ao transpormos este conceito para aquilo a que se pode chamar de “práticas corporais”, o autor argumenta ainda que existe uma correlação entre as disposições que este assume e a classe em que determinado indivíduo está consagrado,

O corpo é a objectivação mais irrecusável do gosto de classe, que ele manifesta de varias maneiras. Em primeiro lugar, naquilo que tem de mais natural na aparência, ou seja, nas dimensões (volume, estatura, peso,) e nas formas (redondas ou quadradas, rígidas ou moles,

direitas ou curvas) da sua configuração visível, onde se exprime de muitos modos toda uma relação com o corpo, ou seja, uma maneira de tratar o corpo, de o cuidar, de alimentar, de o conservar, que é reveladora das disposições mais profundas do *habitus* (*idem*: 294);

Em *O Poder Simbólico*, Bourdieu salienta em jeito de síntese que o conceito de *habitus*, é um conhecimento adquirido e também um *haver*, um capital (de um sujeito transcendental na tradição idealista), o *habitus*, a *hexis*, indica a disposição incorporada, quase postural -, mas sim o de um agente em acção. Tratava-se de chamar a atenção para o “primado da razão prática (1989: 61).

O conceito de *habitus* desenvolvido por Bourdieu é nesta perspectiva, primordial na compreensão do trabalho aqui apresentado. No caso da classe socioprofissional em estudo - “cabeleireiras”; “esteticistas” ou “profissionais do sector da beleza”, essa situação torna-se patente, na medida em que desde jovens e em contextos domésticos, raparigas brasileiras tratam das unhas e dos cabelos umas das outras. Mais tarde e quando já são adultas, esse “know-how” que adquiriram, acaba por permitir-lhes entrar numa carreira profissional nessa área, conforme a maior parte das mini-histórias de vida recolhidas na Quinta do Conde entre 2011 e 2012 indicam.

6. Mini-Histórias de Vida

“A estética para o brasileiro é tipo café” (Maria, esteticista brasileira ” (00:06:25).

Antes de se passar à abordagem e respectiva caracterização da amostra constituída por 9 mini-histórias de vida³⁴, é essencial reflectir um pouco em torno dos espaços onde se recolheu a informação empírica na Quinta do Conde. Com efeito, a observação participante foi feita em locais “feminizados” como são disso exemplo os centros de estética e os cabeleireiros. Os serviços de beleza foram nesse sentido, atividades executadas quase em exclusividade por mulheres. É evidente que na actualidade, este tipo de situações têm vindo a esbater-se e a Quinta do Conde é à sua escala também o reflexo disso mesmo, com o salão de cabeleireiro mais “famoso” da freguesia a ser gerido por dois homens (e uma mulher). Isto para dizer que as interacções e as sociabilidades aí manifestadas, são produzidas quase em exclusivo por mulheres. entre mulheres e para mulheres, o que significa que para um antropólogo (homem) ou se quisermos, um cientista social que trabalhe com questões de género, uma permanência sistemática e extensiva em ambientes desta natureza não constitui tarefa fácil. Após esta pequena nota, passemos em traços gerais a alguns dados biográficos das 9 entrevistadas quinta-condenses. Observe-se o seguinte quadro:

Quadro 6.1 *Pequena síntese dos 9 entrevistados*

Nome	Chegada a Portugal e respectiva nacionalidade	Actividade Profissional	Funcionários (a seu cargo)
Joana	2004 (brasileira)	centro de estética	s/f ³⁵
Júlia	2000 (brasileira)	cabeleireiro	vários
Daniela	n.a. ³⁶ (portuguesa)	cabeleireiro	s/f
Maria	2002 (brasileira)	centro de estética	s/f

³⁴ Refira-se que foram 10 as mini-histórias de vida recolhidas, embora se tenha optado por não incluir uma por manifesta escassez de informação, tornando-se portanto impossível conseguir abordar todas as temáticas que de início se pretendia.

³⁵ Leia-se “sem funcionários” (s/f) a seu cargo.

³⁶ Leia-se “não aplicável” (n.a.)

Camila	2006 (brasileira)	cabeleireiro	2 (marido e manicure africana)
Luísa	2009 (brasileira)	loja de produtos africanos e brasileiros	1 (filho)
Alice	n.a. (portuguesa)	cabeleireiro	s/f
Leonor	n.a. (portuguesa)	cabeleireiro	vários
Carolina	n.a. (portuguesa)	centro de estética	s/f

Fonte: Dados recolhidos a partir da recolha de 9 mini-histórias de vida na Quinta do Conde entre 2011 e 2012

Como se pode constatar pelo quadro acima exposto, a amostra trabalhada foi uma amostra não-aleatória, já que as entrevistadas foram escolhidas com base em alguns critérios: 1) serem proprietárias ou gerentes de um salão de cabeleireiro ou de um centro de estética; 2) serem mulheres; 3) terem a mesma nacionalidade (brasileira). No entanto, considerou-se com o desenrolar da investigação e à medida que os dados empíricos foram sendo alinhavados que esse critério poderia em certa medida tornar-se redutor, pelo que deveria ser ultrapassado. Assim, para além de se ter efectuado 5 entrevistas a mulheres imigrantes empreendedoras brasileiras, também incluiu-se 4 mulheres portuguesas que optaram pela mesma via.

A justificação reside no facto de que a certa altura, tornou-se inevitável confrontar o que pensam as cabeleireiras/esteticistas brasileiras das suas congéneres portuguesas e vice-versa acerca de várias questões: forma de trabalhar; produtos utilizados; clientela; know-how/técnicas; predisposição das entrevistadas para este tipo de trabalho. De seguida, apresentam-se mais em pormenor os 9 percursos migratórios recolhidos:

Joana, proprietária de um centro de estética

Joana é proprietária de um centro de estética, local onde presta vários serviços: manicure, pédicure e unhas de gel. Originária de Minas Gerais, Ipatinga, chegou a Portugal em 2004 sozinha e não tinha cá qualquer família nem amigos. Escolheu Portugal porque,

fala a mesma língua e emigrei porque queria uma coisa nova, mudar de área”, salientando que até foi um pouco “à toa”. Joana referiu a dada altura que necessitava de conhecer uma nova

realidade até porque segundo diz, “naquela altura todo o mundo saía... para os EUA, para ir para ali e para lá, e tal, e eu vim para cá porque não gastava muito na altura e como falava a mesma língua era mais fácil por isso” (00:00:46 seg).

Joana mantém contactos regulares com a família no Brasil, graças às novas tecnologias como a internet e as redes sociais (*facebook*). Os amigos nem tanto, até porque esses diz, já estão quase todos casados. No que toca às questões laborais, Joana salientou que existiu da sua parte no passado, uma grande necessidade de trabalhar, tendo exercido por essa razão ainda antes de emigrar, funções em diversas profissões que em pouco ou nada se assemelham com aquilo que faz hoje-em-dia:

Trabalhava aos fins-de-semana. Durante a semana trabalhava num hotel, na recepção de um hotel. Eu já fazia isso mas não fazia isso como profissão. E depois eu vim para cá. Isto é muito mais procurado que lá. Lá toda a gente faz cabelo por isso não há assim tanta procura” (00:02:35).

A esse propósito, fez questão de recordar que em Portugal o seu percurso profissional foi bem mais simples:

foi fácil, quando eu cheguei fiquei 10 dias sem trabalhar. Depois conheci logo uma senhora que tinha um mini-mercado. Então ela lia os anúncios do Correio de Manhã e ligou para um cabeleireiro na altura em Cruz-de-pau e disse que conhecia uma moça sua amiga assim...ela é manicure e foi através dessa senhora que eu fui a uma entrevista e fiquei. Trabalhei para essa senhora 1 ano e meio. Trabalhei num outro cabeleireiro 3 anos. Dois anos aqui e depois legalizei. Fiquei 11 meses em casa, depois que o meu filho nasceu” (00:01:49).

Apesar de ter chegado à Quinta do Conde em 2004, Joana já trabalhou por conta de outrém na Cruz de Pau (o seu 1º emprego com contrato de trabalho) e no Laranjeiro, embora tenha confidenciado que durante 1 ano e meio trabalhou sem qualquer tipo de contrato, o que coincidiu talvez com a altura em que se encontrava mais “vulnerável”. Após algum tempo de permanência em Portugal, conseguiu legalizar-se, o que lhe possibilitou poder descontar para a Segurança Social. A decisão de abrir um cabeleireiro por conta própria deveu-se sobretudo à necessidade urgente de conciliar a sua vida profissional, com a sua vida familiar, numa altura em que foi mãe e essa questão passou a ser central na sua vida:

Estive em casa. É complicado...e eu optei para vim trabalhar para mim. Eu trabalhando para os outros, eu ia receber à comissão e assim eu faço a coisa à minha maneira. Entro e saio à hora que eu quero e como tenho filhos...” (00:00:45).

Embora admita ter passado por vários percalços, Joana encara o momento presente com satisfação, apesar da actual crise económico-social. É empresária em nome individual, fazendo questão de frisar que,

acima de tudo tenho tido dinheiro. Agora não tenho muito. Sempre tive dinheiro. Agora a coisa está mais pobre, está mais complicada...e a crise...As pessoas escondem-se atrás da crise. Mas não tenho razão de queixa...Hoje por exemplo tenho tempo, estou a falar com você numa boa mas no fim-de-semana...na 5ªf, na 6ªf, no sábado, há muito mais trabalho porque as pessoas ou saem ou arranjam-se para passar o fim-de-semana em casa com o marido, com os filhos, ou arranjam-se na 2ªf para passarem a semana de trabalho bonitas. Lá isso não existe muito. Lá é só ao fim-de-semana” (00:03:47).

Joana trabalha sozinha e os seus clientes são tanto brasileiros como portugueses, não fazendo qualquer distinção entre uns e outros. Na opinião da mineira, o Estado não promove quem se torna empreendedor já que quando abriu o centro de estética de que é proprietária na Quinta do Conde, este não lhe forneceu qualquer apoio, quer seja de natureza financeira, quer seja de natureza técnica (IEFP³⁷, o IAPMEI³⁸), entre outras. Joana recorda que em 2004, estava desempregada, tendo usufruído nessa altura do subsídio de desemprego. Nessa condição e para se poder tornar empresária em nome individual, poderia requerer do pagamento total ou parcial do subsídio de desemprego, a partir do momento em que o seu projecto empresarial fosse considerado viável pelo IEFP. No entanto, e já depois de se ter encontrado com um técnico para debater essa questão na Cotovia³⁹, acabou por desistir da ideia porque lhe foi transmitido que o melhor seria ir “por sua conta”, até porque o tempo de espera de aprovação de um projecto, varia entre 5, 6 meses, o que não era nada benéfico para a situação que estava a viver. A juntar a este dado, Joana acrescentou ainda que caso mesmo assim, todas estas situações fossem ultrapassadas, no final e já depois do projecto estar aprovado, o Estado ou quem o organismo sob a sua tutela, iria dizer “uma coisinha bem mínima para não aprovarem”, pelo que decidiu avançar sozinha, tendo dado baixa do fundo de desemprego num dia e aberto o seu centro de estética, três dias depois.

³⁷ O Instituto de Emprego e Formação Profissional, IP, foi criado em 1979 e é um serviço público de emprego nacional que tem como finalidade a criação de emprego, bem como o combate activo ao desemprego. Para mais informações ver <http://www.iefp.pt/iefp/Paginas/Home.aspx>.

³⁸ O Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e à Inovação, é um organismo que tem como finalidade, a assistência às PME nos seus processos de crescimento, de aumento de competitividade e de políticas que promovam um crescimento sustentado do empreendedorismo, entre outras funções.

³⁹ Freguesia do Castelo em Sesimbra.

No plano familiar, Joana frisa que as suas expectativas concretizaram-se com o nascimento do seu “filho lindo” e que apesar de ter imigrado por razões económicas, com o passar do tempo e após estes anos,

a pessoa quer constituir família desde que não esteja no desemprego né? Sim, eu acho que sim e não vou embora. Tenho casa própria. Não vou embora. Vão ter de me aturar até eu ficar mais velhinha...(risos)” (00:07:48).

Em jeito de balanço final, Joana salientou que visitou outras cidades como Lisboa; conheceu “muita gente boa” assim como “muita gente que não presta como em tudo na vida”, tendo feito muitas amizades com quinta-condenses e garantindo que “não tenho razão de queixa e pronto” (00:09:42).

Após a recolha e tratamento da informação aqui exposta, existiram um conjunto de questões que aquando das incursões iniciais no terreno não se tinham colocado. Nessa perspectiva entendeu-se voltar ao contacto com a Joana e explorar essa dimensão, procurando estabelecer-se uma comparação entre o que é exercer a actividade de cabeleireira em dois países distintos no que concerne à formação, técnicas, produtos, forma de trabalhar, entre outros aspectos. Em termos técnicos, a entrevistada salientou:

a gente tira a pele, empurra a pele, quando não pinta, limpa e volta e...aqui aprende-se de outra maneira. Por exemplo aqui quando se está a tirar um curso mesmo se é o IEFP, só pode dar 3 pinceladas, por exemplo e nós não. Coloca o dedo inteiro com verniz e depois vai lá com um panito e limpa. Uma coisa mais perfeita, é só por aí, eu acho (00:00:41).

No que se refere às unhas de gel, um serviço tão em voga hoje-em-dia, a opinião de Joana acerca deste tipo de trabalho, é que está a caminhar a passos largos para se tornar uma actividade cada vez mais minuciosa, revelando ainda que se trata de um trabalho que, “não existe no Brasil até hoje. Unhas de gel é europeu. É Europa. Uma manicure que venha agora do Brasil, ela não sabe nem o que é que é gel” (00:05:41).

Joana ressalva no entanto, que existem algumas clínicas de estética que prestam esse tipo de serviços no Brasil, mas “são muito caras”. Joana tirou o curso de esteticista no Brasil, exercendo a sua profissão na Quinta do Conde conforme os conhecimentos aí adquiridos, até porque segundo aquilo que nos foi dito, “as clientes gostam da minha forma de trabalhar”. Os produtos que aplica tanto são brasileiros, como portugueses, embora neste momento utilize mais os portugueses porque são mais baratos. Joana concorda com a ideia que a profissional

brasileira do sector da estética⁴⁰, trouxe algum “know how” a este meio, até porque nota, as suas colegas portuguesas têm “caprichado” e adaptado algumas técnicas que aprendeu no Brasil. Sustenta por essa razão que aquelas que não se adaptam, acabam por perder a clientela para outras esteticistas. Para além do mais defende, uma manicure também é uma psicóloga, o que permite criar laços de afecto e amizade duradouros para com os seus clientes. Questionada face à concorrência que poderá existir (ou não) entre si e sobretudo as suas colegas portuguesas, argumentou que essa rivalidade a ser verificada, apenas ganha visibilidade em alguns detalhes, remetendo esses casos para situações em que está a trabalhar e sente que uma colega sua portuguesa, poderá aqui e ali olhar para aquilo que está a fazer.

Júlia, cabeleireira e gerente de um cabeleireiro

Júlia é natural do Rio de Janeiro, Niterói. Emigrou para Portugal em 2000 e neste momento faz parte de uma equipa de três pessoas que gere um dos cabeleireiros mais famosos na Quinta do Conde. Chegou à freguesia acompanhada pelo marido português que lá viveu consigo durante 11 anos e os seus 2 filhos. Quando chegou a Portugal, tinha familiares do marido que já cá moravam. O seu percurso migratório é em traços gerais, marcado por algumas diferenças entre a época em que emigrou e a actual: “eu vim numa altura em que não haviam tantos brasileiros cá em Portugal (2000). Estamos em 2011 não é? Na altura em que eu cheguei cá não tinha muitos brasileiros”.

Há mais de uma década radicada em Portugal, a niteroiense nunca pretendeu trazer qualquer familiar seu para junto de si. Apenas a sua mãe já cá esteve mas foi durante um curto período de férias. Emigrou para Portugal para “fugir” à violência do Rio de Janeiro e escolheu a freguesia da Quinta do Conde por ser uma localidade calma e pacífica, capaz de proporcionar um ambiente harmonioso que favoreça o crescimento dos seus filhos. Júlia revela apesar de tudo, que nunca teve problemas no Rio, advertindo que isso não a impede de frisar que já passou por momentos complicados, embora não entre muito em pormenores:

vi muita coisa, vi muita coisa, mas entre aspas porque o meu pai era da marinha e eu vivia em zona militar. Então na marinha...é diferente não é? Não há essas casas, nem favelas, nada disso não! Mas via muita coisa. O Rio de Janeiro é uma cidade violenta” (00:01:33).

O mesmo já não pode ser dito de Portugal, porque segundo aquilo que nos transmitiu, já foi cá assaltada, pouco depois de ter chegado. Ao contrário de Joana, Júlia pretende retornar a

⁴⁰ Por sector da estética, entenda-se neste contexto apenas os cabeleireiros e os centros de estética.

Niterói. Já todos partiram, acrescenta, excepto ela própria e a sua sogra. Júlia mantém contactos regulares com o Brasil. De 2 em 2 anos, vai ao Brasil visitar os seus pais. Para além das viagens que faz, usa a internet, *facebook*, *orkut*, *skype*, para manter-se actualizada com o seu país e com a restante família. Em relação às questões laborais e à sua inserção sócio-profissional na Quinta do Conde, Júlia conta que tentou trabalhar na área da farmácia, porque essa tinha sido a sua formação inicial no Brasil: “era assistente farmacêutica”, conta. Dessa forma, apresentou aos empregadores a que se dirigiu na altura, um certificado que atestava as suas habilitações no ramo. Porém, face à inexistência de um reconhecimento da sua formação por parte destes, de ter dois filhos para criar, da dificuldade em morar na Cruz de Pau e de ter que tirar um curso em Lisboa, foi fazer uma entrevista a um salão de cabeleireiro português, através de um anúncio de trabalho que leu, tendo aí ficado como assistente de cabeleireira durante 6 a 7 anos⁴¹. Um dado que poderá ter ajudado à sua entrada profissional neste meio, é a ligação que a sua família mantém no Brasil com esta profissão: todos são cabeleireiros e os que não são, optaram pela costura, adianta. Para si, existem algumas disparidades inerentes a esta actividade no Brasil e em Portugal:

as mulheres brasileiras são mais exigentes, tanto no ramo das unhas, pés, mãos, beleza. Elas gostam muito de tratar do cabelo. Aliás no Brasil é afro-brasileira, é muito cabelo. A diferença é que aqui a mulher portuguesa tem pouco cabelo e...o meu irmão é cabeleireiro. Esteve aqui 6 meses de férias mas não se conseguiu legalizar e não conseguia trabalhar nos cabelos porque estava acostumado com outro cabelo e porque aqui a mulher portuguesa gosta de dar volume e a gente no Brasil...O meu cabelo é caracol, está é esticado. O meu cabelo é muito caracol. Por exemplo, arranjam muito pé mas no geral...lá a mulher brasileira do Rio de Janeiro é verão o ano inteiro. Os cabeleireiros estão cheios o ano inteiro. Nessa questão aqui, eu vejo que o nível de movimento cai”; “lá a mulher brasileira é mais vaidosa, gosta mais de mostrar a unha, de sandália” (00:05:10).

Os seus funcionários são todos brasileiros, excepto 2 portugueses, referindo não por opção, apenas porque foram saindo. A clientela foi no passado 100% brasileira, mas nos últimos anos a esta parte, famílias inteiras começaram aos poucos a regressar ao Brasil, mencionando um caso bem ilustrativo do que acabara de dizer:

aqui na Quinta do Conde então...por exemplo: uma família que tinha para aí umas 20 pessoas; 15 pessoas. Vinha a mulher, vinha o marido, vinha o filho...vinha o neto. A família foi embora. Perdemos isso tudo não é? Temos uma percentagem de 30% a 40% de clientes

⁴¹ Saliente-se que este dado não pode ser dado de forma taxativa, por se apresentar com algum ruído aquando da transcrição da entrevista. Tentou-se confirmar esta informação em Agosto último (2012) mas sem sucesso.

portugueses. Também gostam do nosso trabalho e como temos uma cabeleireira portuguesa e temos uma brasileira que já trabalhou num salão português, como eu que já trabalhei, também gostam de vir cá. E também temos muitos clientes afro.” (00:07:05).

A maioria da sua clientela mantém-se mesmo assim brasileira. No salão onde trabalha, os produtos utilizados são na sua maior parte, produtos italianos da marca *Helen Seward*, embora também existam outros. Quanto às questões laborais, a niteroiense afirma que trabalhou sempre com contrato, frisando que esteve sempre legalizada e não exercendo qualquer outra actividade remunerada a não ser aquela que tem no momento presente. A discriminação foi de início algo com que se teve de confrontar. A esse respeito assegura mesmo que os brasileiros são perseguidos pelos portugueses:

mas foi um bocado difícil porque eu como também trabalhava na farmácia e fazia a recolha de mercadorias e tinha que fazer conferência, fazia inventários, também fui à procura de supermercados. Por acaso não fui bem atendida, não gostei. Por acaso, tivemos lá uma cena no Super-Compras⁴² porque havia vaga e ela me respondeu que havia pessoas qualificadas para aquilo. E eu disse: a senhora é que não é qualificada para me dar informação. Porque a senhora nem sabe se eu tenho o 12º completo! A Srª não sabe a minha informação e a Srª também não sabe a necessidade porque eu acabei de chegar do Brasil e agora estou à procura de trabalho” (00:09:40).

Um dado interessante a este respeito, é quando Júlia fala dos seus conterrâneos, afirmando que a maior parte deles não tem escolaridade nem sabe falar: “andam aí soltos, vagabundos” enquanto que ela é trabalho-casa e casa-trabalho. Em síntese, não considera ter sido difícil abrir o seu próprio cabeleireiro, facto que a leva a dizer que se encontra satisfeita quer em termos profissionais, quer em termos pessoais. A crise económica que estamos a atravessar, tem sido sentida por esta niteroiense de uma forma gradual, o que não a espanta ver os seus conterrâneos a regressar ao Brasil. Ainda se encontra em Portugal porque comprou casa e aguarda que o seu filho mais velho acabe o 12º ano, mas assim que estejam reunidas as condições que julga serem imprescindíveis, o regresso ao Brasil tornar-se-á decerto uma realidade. Em jeito de balanço final, Júlia não quis deixar de salientar que se encontra satisfeita em Portugal no que toca à questão da “segurança”, permitindo dessa forma criar os seus filhos num clima de paz e tranquilidade, ao mesmo tempo que usufrui de um sistema de saúde que considera de Bom.

⁴²“Super-Compras” é um nome fictício de forma a preservar a identidade de uma conhecida cadeia de supermercados.

Daniela, cabeleireira portuguesa

Daniela nasceu em Chaves e é cabeleireira há 50 anos. Chegou à Quinta do Conde em 2000 e entrou no ramo da beleza porque gostava da profissão e porque casou com um cabeleireiro português. Trabalhou durante 10 anos na cidade que a viu nascer, antes de se juntar ao seu marido que tinha emigrado para Angola. Na capital Luanda, viveu durante 4 anos, saindo de em 1975. Ainda ponderou regressar a Portugal mas na altura, “as notícias não eram muito animadoras”, conforme realça. A falta de emprego era na sua opinião, um problema estrutural de que o país padecia e a solução que encontrou foi de novo emigrar mas desta feita para o Brasil, fixando-se na cidade de S. Paulo durante alguns anos. Observando o seu percurso migratório, Daniela foi cabeleireira em 3 países diferentes, congregando em si mesma diversas experiências migratórias num mercado de trabalho que na altura já era se quisermos global, mas não tão globalizado como o actual. Cabe aqui portanto evidenciar algumas discrepâncias no que concerne aos mercados de trabalho por onde Daniela passou, assim como outras questões consideradas relevantes:

Daniela, emigrante em Angola

Em Angola a diferença não é nenhuma porque lá está pouco desenvolvido na área de cabeleireiros. Então não havia assim muitos cabeleireiros. Eu cheguei lá, comecei logo a trabalhar. Eu trabalhei, fiz a casa... Saí de lá em 75. Em Outubro de 1975.

Daniela também sentiu algumas diferenças no que respeita aos cabelos e aos cortes usados:

na época que eu fui, usavam-se muitos aqueles cortes nas negras não é?... (trabalhava para senhoras). O Black Power – aquele corte redondo, de carapinha. Eu por acaso tinha jeito para aquilo”; “na época em que eu estava em Angola não se ouvia falar em alisamentos. A gente alisava com um líquido permanente e fazíamos a toca de gesso que era um processo para alisar os cabelos. Fazíamos permanentes com... no cabelo encaracolado para ficar... para fazer um caracol mais largo. E o resto era igual” (00:04:14).

Em termos de produtos utilizados, Daniela sustenta que os produtos angolanos no mercado eram todos importados de Portugal, embora existissem alguns produtos sul-africanos. A maioria eram da *L'Oréal*. Neste momento (2012), considera que já existem alguns produtos brasileiros que são bons no geral.

Daniela, emigrante no Brasil

No Brasil também me empreguei. Estava ambientada com o trabalho...ia sem dinheiro. Perdemos tudo em Angola e tinha que arrumar emprego...Arrumei uma casa, montei um salão e mantive-me lá durante 25 anos a trabalhar.

Daniela considera que as técnicas utilizadas na sua profissão não diferem muito umas das outras, quer em Portugal, quer noutro país qualquer. No entanto, sustenta que a “escova progressiva” é uma técnica originária do Brasil. Para além disso, afirma que se trata de uma prática recente. No seu tempo, apenas se faziam extensões.

Para Daniela, os produtos aplicados nos salões de cabeleireiro brasileiros foram sendo proibidos ao longo do tempo, devido ao seu alto nível de toxicidade, embora saiba de casos em que eram utilizados em casa das clientes, através do emprego de formol e éter, por exemplo. Na sua opinião, a indústria brasileira é de grandes dimensões, existindo enorme diversidade no que se refere a gamas, marcas e tudo o que se possa imaginar. Garante que não trabalha na Quinta do Conde com produtos brasileiros, apesar de os ter utilizado durante mais de duas décadas no Brasil.

Daniela questionada acerca dos cabelos, das mãos e dos pés das clientes que teve no Brasil, defendeu:

ai é muito bom (risos). É muito bom trabalhar. Elas (brasileiras) têm cabelos muito bons porque elas têm uma maneira de ser...para elas, as mãos, os cabelos e os pés têm que andar sempre impecáveis e elas cuidam-se muito. Cuidam muito da parte dos cabelos, cuidam muito dos cabelos. E então é muito fácil trabalhar com elas. Elas são modernas, são ousadas (00:06:46).

A mulher brasileira é na sua opinião “muito mais aberta para a parte da beleza”. Um dado curioso é que vê muitas mulheres jovens na Quinta do Conde com problemas de calvície, com queda de cabelo acentuado. No que respeita às mãos e pés, defende que as mulheres no Brasil cuidam e dedicam muito tempo à manicure e à pédicure.

O regresso a Portugal

Daniela resolveu regressar a Portugal após duas décadas e meia no Brasil. Quando chegou, sentiu (algumas) diferenças:

é muito difícil trabalhar em Portugal porque nós habituamo-nos ao cliente, ao cabelo da cliente e a cliente habitua-se a nós. A gente sabe o que vai fazer num penteado, num cabelo. Mas depois chega um cliente que não é um cliente, vem hoje e amanhã já não vem. Nós estamos sempre perdidas porque nós vemos o cabelo naquela hora. Faz o que a cliente pede mas não dá para criar. Não dá para aprimorar. Não dá para fazer, Não dá para aconselhar a cliente. Não há aquele convívio que deve de haver, assim como os médicos” (00:09:55).

Daniela relaciona a crise económica com a quebra acentuada de clientes no seu salão. O problema é mesmo a falta de dinheiro que tem levado as pessoas a pintar os cabelos em casa (andando depois com os cabelos manchados), a procurar o mais barato, não importando o trabalho que se faça. Daniela revelou ainda assim que tem alguns clientes (a maioria portugueses) há largos anos. O resto, anda sempre a “saltar entre o mais barato, querendo experimentar tudo”.

Daniela não vê as suas colegas portuguesas como concorrentes e quanto ao que acha daquilo que pensam de si, sustenta que não pode dizer nada que seja sustentado, até porque não se conhecem. Não existe convívio, refere.

Em relação às suas colegas brasileiras, o desconhecimento já não é total. Pelo contrário:

uma brasileira se quiser arranjar as unhas, ela não precisa de tirar um curso. Ela chega a um lugar qualquer – “Eu sou manicure” e atende uma cliente. Elas são mesmo assim. Elas deitam mão a qualquer coisa. Elas querem é ganhar dinheiro. Então não precisam de ter curso nem nada. A maioria das brasileiras que estão a trabalhar aqui nunca fizeram curso nenhum. Chegaram aqui, começaram a trabalhar e vamos lá a ver” (00:20:07).

Maria, esteticista brasileira

Maria morava no estado da Baía, situado no nordeste do Brasil e chegou a Portugal em 2002. O seu percurso migratório é marcado por passagens por Itália, a que se seguiu o regresso ao Brasil e mais tarde à Quinta do Conde. Emigrou sozinha e quando chegou a Portugal, apenas tinha amigos. Nunca trouxe ninguém, a não ser o filho que já cá esta há 2 anos, nem pretende fazê-lo. A escolha de Portugal como país de acolhimento, foi como refere, um pouco ao acaso. De início pensou permanecer por terras lusas durante 2 anos. Todavia, a vida trocou-lhe as voltas, acabando por ficar mais tempo. Portugal é parecido com o Brasil, para além do facto da língua ser a mesma, o que tornou a sua decisão mais facilitada, recorda. Para quebrar a distância física que a separa dos seus familiares no Brasil, Maria mantém contactos regulares através da internet e do telefone.

A entrada no mercado de trabalho português foi para Maria,

fácil. Difícil para mim foi entender o que o português falava. O sotaque era diferente não é? O dialecto era um pouquinho diferente. Mas depois assim mais ou menos um mês, fiquei vendo televisão...então aprendi a ouvir o que é que vocês portugueses falavam. Então consegui”. (00:02:04); “eu consegui por causa de um amigo meu...já cá estava aqui na Quinta do Conde”; “nunca saí aqui da Quinta do Conde. Já moro aqui há 10 anos”.(00:02:32); “Era...ajudante de cozinha. Isso não foi bem emprego. Era tipo tirar umas férias de uma amiga dele que estava lá e foi tirar férias...depois o 2º emprego foi na Central Cash na Palmela Alimentar, ali na Palmela que foi...Trabalhei 3 anos de contrato, era armazém...depois fui para um café...o seguinte foi sempre café e restaurante. Depois que eu fui para o salão” (00:02:57).

A baiana informou que já trabalhou no passado sem contrato. Durou cerca de 1 ano, lembra. Neste momento, trabalha no salão de que é proprietária há 2 anos: “mas antes já tinha trabalhado num salão de uma cabeleireira portuguesa. Portuguesa não, africana...Trabalhava por percentagem”; “nós, esteticistas não somos muito de empregadas. Somos mais de trabalho por comissão” (00:03:58). A sua escolha de abrir um salão de estética ficou a dever-se a “basta de dar dinheiro aos outros (risos). Quer dizer, trabalho para os outros e tenho de dar 30%? Se trabalhar para você, não tem que dar aos outros, fica para ti...” (00:04:24).

Maria confessa que já tinha trabalhado no Brasil como manicure e pédicure, embora não fosse a sua profissão principal. No início, trabalhava na oficina do seu marido, conta: “É que o meu marido tinha uma oficina mecânica. Então eu administrava lá os negócios dele” (00:04:48). Maria já teve no passado outra actividade (em part-time), mas de momento dedica-se em exclusivo ao seu centro de estética. Considera que o mercado de trabalho português neste sector está a viver uma conjuntura muito difícil: “Está muito fraco. Neste momento está”; “a crise afectou muito”, “já não tem dinheiro para gastar nisso”, “mas eu acho que agora em Fevereiro está pior do em Janeiro”.

De acordo com Maria, as diferenças ou se quisermos neste caso, as dificuldades que encontrou entre o exercício da sua profissão no Brasil e na Quinta do Conde, foram mais em questões relacionadas com a língua, do que aquelas derivadas com a prática em concreto da sua actividade. De qualquer forma, sustenta que na área da manicure, o mercado de trabalho brasileiro é mais desenvolvido, para além das suas profissionais trabalharem de forma distinta:

tira mais pele, tira tudo. A manicure portuguesa é diferente...que é mais...tira os cantos, espigões e depois empurra as cutículas para depois pintar. Não pinta no cantinho da unha e a brasileira já pinta. Todas as diferenças são essas, mas são mínimas. Não são muito diferentes (00:06:11).

Apesar de ser esteticista, Maria também já foi ajudante de cabeleireira de uma portuguesa, realçando o modo distinto de escovar o cabelo de uma e outra parte: “os brasileiros gostam de cabelo liso, esticado, bem liso e os portugueses gostam mais alto. A escova deles é mais alta” (00:07:00). No geral, Maria constata que as discrepâncias não se colocam apenas ao nível do cabelo, mas sim numa perspectiva mais ampla:

não, não é só a carioca. É o Brasil em si. No Brasil por acaso conheço Minas gerais que já morei lá 8 anos, conheço Baía que sou de lá...Rio de Janeiro só fui passear um pouco mas todos os lugares do Brasil, as mulheres são muito vaidosas...Nas Minas Gerais as mulheres gostam muito de escovar o cabelo. É raro você ver uma mineira sem esticar o cabelo. Na Baía as mulheres gostam muito de cuidar do corpo, vão muito ao ginásio. Rio de Janeiro também as mulheres se arranjam muito. Porquê? Rio de Janeiro e Baía são estados que são praias...A gente se cuida muito. Espírito Santo é uma cidade, é um lugar que eu morei também. Em Espírito Santo as mulheres se cuidam muito. As mulheres lá no Brasil se preocupam em ir para um ginásio todos os dias”; “Se você levanta de manhã cedo no Brasil, 5 horas da manhã, se você mora numa região perto de praia. Até mesmo nos lugares que não tem praia...De manhã você vê um monte de gente tudo levantando-se 5 horas da manhã. Tudo para fazer caminhada”; “porque a saúde está em primeiro lugar, porque lá no Brasil as pessoas investem nisso” ((2-2) 00:00:00).

Maria argumenta que o exercício físico é um vício, daí frequentar com regularidade um ginásio. É uma forma de libertação e “não tem nada como ir para o trabalho antes de ir para o ginásio”, refere. No Brasil por exemplo às 5h da manhã, já estava na praia a fazer caminhada, para além da dança que segundo defende “o brasileiro gosta muito de dançar”, remetendo para a cultura, a explicação para esses “hábitos”. Uma cliente ao ouvir as palavras de Maria, logo corrobora:

é outra cultura. São outros hábitos. É o hábito que o povo português não tem...O povo brasileiro é mais um povo quente...Um povo mais parecido com o africano vá, daí ter outros hábitos. É diferente...(00:04:11).

No que se refere às unhas de gel, refere que não sabe se foram os brasileiros que trouxeram essa técnica para Portugal. Do pouco que conhece sobre o assunto, no Brasil fica muito caro

fazer unhas de gel, embora qualquer pessoa, mesmo aquelas que passam por dificuldades económicas, não se importem de pagar por este tipo de serviços. Maria a esse propósito, tem uma expressão lapidar:

A estética para o brasileiro é tipo café. Você toma café de manhã. Não existe isso, tipo classe...Na estética não. Vai pobre, vai rico, vai tudo... Não tem dinheiro para comprar roupa x mas tem um dinheiro para ir lá numa cabeleireira ou para fazer uma manicure ou pédicure. São mesmo viciadas nisso (00:06:25).

Uma das questões que foram abordadas nesta entrevista, foi a utilização de produtos proibidos. Em concreto, pretendeu-se saber se o formol, uma substância que segundo aquilo que se pôde apurar, encontra-se proibida de ser utilizada na Europa, era utilizada por Maria no Brasil. Segundo a própria, a utilização do formol pode desencadear reacções alérgicas:

tem gente que tem alergia, se tiver alergia incha o couro cabeludo e incha a cabeça e leva até à morte. Já vi casos no Brasil, pessoas morrerem mesmo. Mas isso aí porque o formol para fazer uma escova progressiva temos que pensar no cabelo da cliente primeiro para ver se a cliente tem alguma reacção ou não...não pode chegar assim e enfiar a progressiva no cabelo da pessoa. Depois tem que pagar uma multa. Depois dá problema, é tipo tinta (00:07:44).

Maria não conhece os produtos portugueses (apenas alguns vernizes), mas sim os brasileiros, os espanhóis, italianos e franceses que são os que compra para o seu salão. Quanto aos brasileiros, salienta um verniz por demais conhecido no mercado - *Risqué*.

Os clientes que Maria tem, são na sua maioria portugueses que já a conhecem há vários anos. A preferência destes em relação ao seu salão, deve-se porventura na sua opinião aos preços mais baixos que pratica. Nas suas próprias palavras,

as portuguesas acham que nós brasileiras, somos mais dedicadas no nosso trabalho, do que às vezes as próprias portuguesas que fazem do jeito – Estou despachando! Nós não. Nós cativamos a cliente, conversamos, prestamos atenção. Sabemos o que é que a cliente precisa porque eu acho que na área da estética não é só cuidar da beleza da cliente. Nós também temos que fazer uma amizade com a cliente para a gente saber qual é a personalidade da cliente para cultivá-la (00:10:58).

Maria tem clientes que tanto podem vir dia sim, dia não, todas as semanas ou semana sim, semana não, dependendo daquilo que querem fazer (massagens, unhas, etc). Para si, a mulher brasileira é mais vaidosa, embora a mulher portuguesa “já evoluiu muito”, já são mais vaidosas” “já se cuidam”.

Na opinião de Maria, as suas colegas de trabalho portuguesas são dedicadas e boas companheiras. Mantém boas relações com todas, diz. Questionada acerca do que elas pensam de si, de como a percebem, defende que não a vêem como concorrente, ao contrário das suas próprias congéneres brasileiras, o que não a impede de ter feito amizade com várias, não as vendo como concorrentes, nem tão pouco como adversárias.

Em resumo, a entrevistada sente-se realizada a nível profissional. Segundo aquilo que se apurou, foi em Lisboa que tirou o curso de esteticista-cosmetologista. Sente-se integrada e gosta de Portugal. Vive com a família, tem negócios, mas pensa regressar ao Brasil, talvez ainda no final de 2012, se a crise continuar até lá, regressando de novo à Quinta do Conde, logo que esta acabe.

Camila, cabeleireira brasileira

A quinta entrevistada aqui apresentada é natural do Brasil, do estado de S. Catarina. Chegou a Portugal em Maio de 2006, acompanhada do seu marido e cunhado. Não tinha cá ninguém, exceptuando um conhecido. Camila escolheu Portugal devido sobretudo à “proximidade” linguística. Para além da proximidade linguística, Camila tinha vontade de conhecer a Europa. Na sua opinião, “consegue-se trabalhar em quase toda a parte. Então optámos por Portugal por isso. Por ser fácil o idioma. A gente tem sempre esperança de que tudo vai correr bem, que vai fazer um pé-de-meia” (00:01:27).

Desde que emigrou, mantém contactos regulares com a família no Brasil, através da internet e do telefone. A frequência com que os faz é quase diária, de forma a esvanecer as saudades que vai tendo daqueles que lhe são próximos.

No que toca ao mercado de trabalho, a catarinense escolheu o sector da “beleza” porque já trabalhava como cabeleireira no Brasil, bem como o seu cunhado. O seu primeiro emprego foi como cabeleireira, embora o seu objectivo inicial nem passasse pela abertura de um salão. No Brasil, refere, tinha mais negócios e até mais experiência. Na área de restauração, já tinha por exemplo 22 anos de profissão. Camila já trabalhou sem contrato durante alguns meses. De momento é proprietária junto com o seu marido, de um salão de cabeleireiro na Av. Principal há cerca de um ano, não exercendo qualquer outra actividade remunerada. Nele trabalha ainda uma manicure africana, que presta serviço ocasional. No passado, lembra, existiam muitas mais oportunidades, embora a burocracia fosse algo que a deixava apreensiva:

foi um pouquinho triste porque apanhámos aquela transição da lei de contrato de trabalho. Nem o próprio serviço de emigrantes sabia bem como estava funcionando. Então as pessoas estavam muito assustadas, tinham medo de fazer contrato. Ilegal ficava mais difícil. Foi bastante difícil no início. Chegámos a trabalhar em alguns lugares sem receber... aí a pessoa joga muito, tem jogado muito com a questão “ah, você está ilegal!”. Só que é assim: não faziam contrato porque o SEF dizia que não dava. Aliás primeiro era a Segurança Social. Trazer o nº da Segurança Social precisa de ter contrato mas depois eles diziam que para fazer o contrato tinha que estar legalizado, mas a gente não podia legalizar sem contrato. Então era uma contradição muito grande (00:02:21).

Camila queixa-se ainda do irmão do seu marido que esteve no Porto e que também sofreu um bocado com o quadro legislativo em vigor. Os patrões esses, aproveitam-se da situação. Quer sejam portugueses, quer sejam brasileiros, os “abusos” são os mesmos.

O seu primeiro emprego no sector da “Beleza” em Portugal, foi no distrito de Santarém mas não correu da melhor forma: “não tinha movimento”, acrescenta. Após esta experiência um pouco infeliz, Camila decidiu rumar a Faro no Algarve, na sequência de um anúncio que leu num jornal.

Camila assegura que não existem muitas diferenças, entre exercer a sua actividade enquanto esteticista no Brasil e em Portugal, embora adiante que: “logo que a gente chegou e em anos atrás, já vem de bastante tempo, gostam (as portuguesas) de cabelo volumoso. Já as brasileiras não”, “gostam de cabelo muito liso, sem volume”(00:06:51).

A entrevistada fez questão de mencionar que os seus clientes tanto são portugueses como brasileiros. Em relação aos produtos, a marca com que trabalha mais é holandesa. É uma questão de confiança, reforça, acrescentando que já eram estes produtos com que trabalhava no Brasil.

Sintetizando em poucas palavras a sua experiência migratória, Camila sublinha que as expectativas que tinha quando chegou a Portugal, não se concretizaram, pelo menos de uma forma satisfatória. Na Quinta do Conde, lembra, tem sentido mais dificuldades do que no Brasil na gestão diária das suas despesas. As pessoas passaram a poupar, não indo ao cabeleireiro como o faziam no passado. Camila garante que nessa altura, pintavam todos os meses o cabelo. Agora passaram a pintá-lo em casa. Faziam brushing todas as semanas. Agora passaram a fazê-lo uma vez por mês.

Entre permanecer na Quinta do Conde e regressar ao Brasil, a decisão é difícil. O seu marido pretende regressar ao Brasil, até porque lá tem uma neta e 2 filhos. Camila por seu lado,

pretende manter-se em Portugal, embora reconheça que em termos financeiros não tem nos últimos anos compensado.

B-LEZA - loja produtos africanos e brasileiros

Luísa é portuguesa e proprietária de uma loja de produtos de “Beleza” na Quinta do Conde. Segundo a própria, o seu negócio é um espaço “baseado em acessórios e produtos de cosmética brasileiros e africanos. Vendo portanto champôs, máscaras...tintas...ceras”. Os seus clientes são sobretudo “brasileiros, africanos e também portugueses já vão aderindo”, (00:01:09), acrescentando que é a clientela brasileira aquela que procura mais produtos do seu país de origem. *B-LEZA* é portanto um espaço mais direccionado para um público-alvo, até porque na altura da sua abertura há 2 anos atrás, não existiam muitas lojas deste tipo na freguesia.

Luísa adquire os seus produtos em armazéns e fornecedores de Santa Iria de Azoia. São todos importados, informa. Quem lá for, pode encontrar produtos afro para o cabelo, artigos da *Novex*, *Gota Dourada*, entre outros. Luísa vende na actualidade muitos champôs sem sal (para as progressivas) e tintas naturais (sem amoníaco). Depois numa segunda linha, digamos assim, surgem os produtos para o cabelo como os cremes para pentear, champôs, champôs de bambu, champôs com filtro de sol, condicionadores, espumas, ceras para o cabelo, vitaminas para a queda do cabelo, bronzeadores brasileiros e cremes da *Flora Brasil*, gel para o cabelo e alisantes para reduzir o volume. Questionada acerca da venda de produtos com formol, garantiu sem hesitar que não os vende. Luísa comercializa ainda acessórios tais como extensões para o cabelo e brincos.

Luísa confirma a tendência que se tem revelado em todas as entrevistadas sem excepção. A crise instalou-se em toda a sociedade portuguesa e o sector da beleza não é excepção. As vendas desceram, assegurando todavia que quem conhece os seus produtos, “não os dispensa não é? Vem sempre à procura mas é assim...com a crise, nota-se muito que quebrou as vendas (00:01:51)”.

Alice, cabeleireira portuguesa

Alice é uma cabeleireira portuguesa que tem o seu salão próximo de duas marcas conhecidas de hipermercados na Quinta do Conde. Alice não tem problemas em reconhecer que o sector da beleza em Portugal sofreu algumas mudanças positivas, a partir do momento em que a comunidade brasileira ganhou visibilidade e exposição nesse domínio. Esse reconhecimento

reflecte-se na sua opinião, na técnica da “escova progressiva”, que segundo refere, foi trazida pelos brasileiros e que agora tornou-se uma grande atracção nos salões de cabeleireiro nacionais:

Nos cabeleireiros onde há uma brasileira há sempre um alisamento”, “enquanto nós cá europeus, as mulheres europeias têm o cabelo mais para o liso. Têm umas pequenas ondas. Só para aí 10% é que têm caracol mesmo. Elas lá são ao contrário. Elas lá têm o cabelo muito crespo, muito encarapinhado e depois não gostam...e depois desde novas começam a alisar os cabelos (00:00:41).

Alice conta que já teve alguma clientela brasileira no passado. De momento, esta tem vindo a diversificar-se, sendo-lhe difícil de precisar qual a nacionalidade ou nacionalidades em termos de clientela, mais representativas que requerem os seus serviços. De qualquer forma, Alice salienta que no passado, existiu uma ligação muito forte entre esta e a frequência com que se deslocavam ao seu salão para arranjar o cabelo, com as actividades marginais que faziam: “andavam aí a trabalhar em bares de alterne e depois queriam sempre arranjado todos os dias e não sei quê. Essas vinham muito até” (00:07:53). Por seu turno, o cliente português é para Alice, um cliente muito complicado e cada vez mais exigente na medida em que procura um(a) profissional que tenha conhecimentos sólidos na área.

Alice sustenta que os produtos brasileiros destacam-se nos trabalhos direccionados para a obtenção de alisamentos. De resto, constata que os produtos europeus apresentam uma qualidade acima da média, exemplificando com os casos de produtos italianos e alemães.

Uma questão que nos pareceu contraditória, foi quando Alice foi chamada a dar a sua opinião acerca dos conhecimentos técnicos das suas colegas brasileiras. Se se por um lado verifica-se que defende que as profissionais deste ramo em Portugal, não têm qualquer formação, por outro, realça que estão acostumadas ao trabalho relacionado com o alisamento do cabelo. Vejamos as suas duas perspectivas (a primeira a evidenciar a formação, a segunda a contestá-la):

se você for aí a escolas de cabeleireira ou de estética, 90% das alunas são brasileiras. Elas vêm cá é para tirar formação também” (00:04:36); “elas vieram com essa nova forma dos alisamentos. As pessoas gostaram muito, então gostam muito desse tipo de trabalho (00:11:40).

das que tive e que passaram aqui pelo meu salão, eu é que as tive que ensinar”; “elas dizem que sabem mas depois quando começam a trabalhar nós começamos a ver que aquilo não é

bem assim. Elas não sabem. Mesmo massagens e tudo, elas não sabem, porque elas, a técnica não sabem” (00:04:36).

Embora se note por vezes que o seu discurso roça uma tendência xenófoba, Alice garante que as suas colegas brasileiras trabalham bem. Não são más profissionais, defende. Tem até alguma amizade com algumas. Encara-as portanto com “bons olhos” e não como concorrentes. O contrário, já não é assim, sustenta: “mal. Elas dizem mal de nós, que não sabemos trabalhar. Essas coisas todas...estão sempre a dizer muito mal de nós, as portuguesas, que não sabemos trabalhar. Só elas é que sabem. Não sei se é isso que lhe têm dito?” (00:11:01)

A questão da crise é também para Alice, uma situação que em muito tem afectado o seu trabalho, refletindo-se em múltiplas situações como o número de funcionárias que tinha e que deixou de ter, o horário de trabalho que encurtou, os serviços prestados, já para não falar nos rendimentos que tinha e que agora são cada vez mais parcos, não sabendo muito bem o que será do seu futuro:

eu neste momento estou aqui sozinha mas já tive quatro empregadas comigo. Não conseguia estar 5 minutos sentada. A diferença também está aí. Eu tinha pessoas que vinham 2 e 3 vezes por semana. Aliás, eu tinha clientes que quase todos os dias vinham aqui: ou vinham fazer pés, ou vinham fazer mãos. Ou vinham arranjar o cabelo ou...e agora vêm de 15 em 15 dias e chega...Eu venho às 10 da manhã neste momento e eu antes vinha às 7h45 todos os dias e saía daqui quase às 22h e agora às 18h30 fecho a porta e vou-me embora. Não tenho trabalho!. O que é que estou aqui a fazer? Gastar luz? Portanto a crise nota-se muito! (00:13:03).

Leonor cabeleireira portuguesa

Leonor é uma cabeleireira portuguesa que trabalha no sector da “beleza” há 23 anos. Primeiro em Lisboa durante 20 anos, depois o Barreiro e por fim na Quinta do Conde, local onde abriu o seu salão de cabeleireiro há 2 anos. Ao longo da entrevista, Leonor demonstrou desde cedo que não se relaciona nem interage com as suas colegas de trabalho, quer do ponto de vista profissional, quer do ponto de vista pessoal. O resultado da inexistência de relações de convivência com as suas colegas (brasileiras, portuguesas e outras), resultou em respostas curtas e directas, não sendo possível explorar o “confronto” entre os dois lados. Mesmo assim, Leonor não se furtou a responder a todas as questões.

A primeira questão remetida a Leonor, foi relacionada com as técnicas utilizadas entre as profissionais portuguesas e as suas homólogas brasileiras. A entrevistada informou nesse

sentido que nunca tinha ouvido falar da “escova progressiva”, a julgar pelo menos pela designação. Em contrapartida, refere que o termo que utiliza para o mesmo tipo de trabalho é “desfrisagem” ou “alisamento”.

Um pouco mais à frente na entrevista, acrescentou:

acho que nós temos mais qualidade a nível de trabalho e isto porquê? Porque quando por exemplo os clientes que vêm de outros cabeleireiros, não estão contentes com o trabalho que foi feito, acabam por voltar a minha casa...Acabam por voltar porque o trabalho que lhes foi feito não era aquilo que eles estavam à espera...também há muito cabeleireiro que não vem de nenhuma escola, ou seja, há muitos cabeleireiros que abrem e a Câmara deixa-os abrir...mas muitos deles não têm a formação que deveriam de ter que são as bases principais de uma escola profissional” (00:03:41); : “as brasileiras e às vezes as colegas...Há muitos colegas que aprendem a trabalhar num cabeleireiro e começam a trabalhar aqui, na cadeira, em vez de começaram por ali. E portanto a base de um trabalho bem feito começa ali. Se não for bem feito, uma cabeça bem lavada, não pode ter um brushing bem feito. Repare. Se não for bem passado por água, se não passado, bem hidratado. Com um shampoo adequado ao tipo de cabelo. Tudo isso tem uma sequência “dali para aqui”⁴³.

Leonor admite no entanto que a comunidade brasileira, trouxe consigo alguma inovação ao sector: “isso veio de lá (unhas de gel). Como as operações plásticas, essas coisas todas. Os brasileiros é que...tenho que dar a mão à palmatoria. Eles é que nos trouxeram isso” (00:07:09).

Os clientes de Leonor são na sua maioria de nacionalidade portuguesa, surgindo em algumas ocasiões “brasileiros, ucranianos, romenos. Um bocadinho de tudo”, refere (00:02:14). Quanto ao tipo de clientes, a maior parte são clientes fidelizados: gostam de si, do seu trabalho e do espaço, indo ao seu salão todos os meses, embora no passado, recorde com nostalgia, que a frequência com que iam, era maior. Deixaram de ter possibilidades de fazer um brushing por exemplo, passando de momento só a cortar. Leonor argumenta que as clientes escolhem-na a si, pela qualidade e pela sua forma de trabalhar, destacando o seu brushing e a secagem.

As marcas da sua confiança resumem-se a duas: *L'Oréal* e *Wella*. A fidelidade de Leonor a estes produtos tem já cerca de 20 anos e a razão prende-se com a segurança que transmitem:

⁴³ Leonor pretende em resumo dizer, que muitas colegas suas começam desde logo a trabalhar nos cabelos das clientes, quando deveriam começar em primeiro lugar pela lavagem ou seja, por uma fase que fosse um prelúdio para a sua profissão no futuro.

“Gosto e sempre trabalhei com eles. Foi com eles que me formei...Estou fidelizada com eles. Tem vantagem porque tenho confiança” (00:02:44).

Leonor já teve vários funcionários no passado mas todos de nacionalidade portuguesa. A razão é segundo aquilo que se pode apurar, a incerteza e a dúvida que são geradas quando se contrata alguém que é imigrante: “a pessoa para admitir pessoal brasileiro...para contratar pessoal de outro país, estamos a arriscar também. Não sabemos até que ponto a pessoa está legal ou não. E isso corre-se riscos (00:05:24).

Carolina esteticista portuguesa

Carolina é uma jovem esteticista portuguesa que já trabalha no sector da “beleza” há 10 anos. Primeiro em Tires com a mãe e desde Janeiro de 2012 na Quinta do Conde.

Carolina reside na freguesia há 2 anos e é de todas as entrevistadas, a mais jovem a viver e a trabalhar aí.

A primeira questão a ser-lhe colocada, tem a ver com as suas colegas esteticistas estrangeiras. Para Carolina, estas praticam preços muito mais baixos que os seus, o que acaba por se manifestar nas quebras de clientela que tem sentido há uns meses a esta parte no seu centro de estética. A única solução que vê para contornar este problema, é também ela própria baixar os preços, refere.

No que respeita aos produtos que utiliza, argumenta:

por isso é que eu digo que os produtos talvez não sejam os melhores, porque há muitos produtos no nosso trabalho. Há produtos que já se vendem na loja do chinês. Há produtos que não são certificados, que até podem ser cancerígenos e esses produtos são usados por serem muito mais baratos” (00:01:09).

Carolina defende que existe uma ligação directa entre os preços baixos que as suas colegas praticam, com a utilização de produtos de qualidade duvidosa e/ou inexistente. Os seus são diferentes, aludindo ao mesmo tempo à marca (conhecida) que utiliza. Os trabalhos que executa, inscrevem-se no conceito de estética designado por *Nail Art*. Nesse sentido, efectua verdadeiros trabalhos de *design* que na linguagem da estética de unhas são conhecidos por “manicure francesa”; “manicure espanhola”; entre outros.

Carolina é de todas as entrevistadas, aquela que assume sem qualquer pudor a ideia de que a chegada a Portugal de profissionais brasileiras ao sector da “beleza”, veio imprimir um rápido crescimento técnico na indústria, até porque no Brasil, considera que esta é de ponta:

a partir do momento em que a mulher brasileira chegou cá a Portugal, o conceito das mulheres acabou por mudar muito. Mudou para melhor...eu acho que sim. O meu gosto pessoal? Acho que sim!. Tem coisas boas, tem coisas más” (00:03:11); “o Brasil está muito mais avançado em termos de estética a nível corporal – operações de estética. Muito mais avançado que nós, muito mais mesmo (00:05:09).

De momento, Carolina só tem clientes portugueses no seu salão, até porque segundo nos disse, o seu espaço ainda é muito recente, apesar de já ser conhecida no meio e por essa razão ter feito vários clientes/amigos que se deslocam de Tires até ao seu novo local de trabalho.

Carolina não quis falar muito acerca daquilo que pensa das suas colegas de trabalho brasileiras. No entanto, adiantou o caso de uma funcionária que a sua mãe teve em Tires e que era brasileira, elogiando-a em relação a algumas técnicas que utilizava no trabalho de pédicure. No geral, Carolina observa as suas colegas de uma forma pacífica, nunca fazendo qualquer reparo. O contrário diz, já não se verifica: “algumas têm uma maneira depreciativa mas não serão todas. Assim como é em tudo, não serão todas que têm essa opinião, de verem as suas colegas portuguesas neste sector (00:10:09).

Em jeito de projecção do que será a sua actividade profissional no futuro, Carolina mostra um relativo entusiasmo:

As unhas é um meio que está agora em expansão. Toda a mulher quer agora pôr unhas e dão mais ênfase às unhas às vezes que até o cabelo. Uma parte dos cabeleiros que a gente vai, as unhas estão quase sempre trabalhadas e os cabelos nem tanto. As pessoas em vez de irem duas vezes na semana, já vão só uma vez. Cortar, já só cortam uma vez por mês. Pintar também. Há muita quebra de trabalho (00:13:10).

6.1 Tecendo e Entrelaçando as Mini-Histórias de Vida

Nesta breve secção, apresentam-se de seguida alguns padrões ou tendências transversais que de certa forma trespassam a todas ou quase todas as 9 mini-histórias de vida recolhidas, deixando-se para as Considerações Finais⁴⁴, várias reflexões que embora se julgue que também sejam de teor mais generalista, apresentam um conteúdo que procura particularizar e concretizar algumas ideias.

Em primeiro lugar, constatou-se que as razões que levaram as cabeleireiras/esteticistas brasileiras a emigrar para Portugal foram: a) razões económicas; b) proximidade linguística; c) outros (acaso; turismo; fugir à violência).

A sua entrada no mercado laboral português, evidencia dois grandes “padrões”: a) relativa facilidade, auxiliada com contactos de amigos e conhecidos e também sustentada por aquilo que se chamou neste trabalho de “disposições sociais” ou seja, todo o “background” profissional e/ou baseado nas experiências pessoais que as entrevistadas tiveram no passado (Brasil); b) contrariedades de vária ordem e que se centram em dois casos concretos: na dificuldade de obter equivalências académico-profissionais (caso de Júlia) e problemas com o facto de ter estado ilegal durante os primeiros anos em Portugal, tornando-se um caso visível de exploração laboral (caso de Camila).

Em relação à tipologia da clientela, verificaram-se três grandes tendências: a) se no passado alguns salões de cabeleireiros ou centros de estética brasileiros tinham sobretudo clientela brasileira (inclua-se aqui a loja de produtos africanos e brasileiros); b) nos últimos anos, tem-se assistido a uma diversificação desta, embora em alguns casos ainda subsista em maioria a brasileira, o que julga-se confirmar a ideia de que no passado (meados da década de 90) e ainda antes da actual crise rebentar, estes espaços constituíam como que “nichos étnicos”; c) a última diz respeito apenas às cabeleireiras/esteticistas portuguesas. Com efeito, as respostas obtidas apontam para a sua clientela ser na sua maioria portuguesa, embora também nos últimos anos, esta preferência se tenha esbatido e alargado a outras nacionalidades (brasileira, africana, ucraniana, romena).

Quanto à questão da “beleza” observada à luz da mulher brasileira e dos seus contributos enquanto profissional desse sector ao “panorama” português, seja ele profissional ou não, apuraram-se dois padrões centrais: a) afirmação, sustentação e até mesmo como que uma essencialização por parte das entrevistadas brasileiras (bem como das suas clientes portuguesas), em torno de um suposto “ideal de beleza brasileiro” em que as mulheres

⁴⁴ Ver pág.60

(brasileiras) têm mais cuidado com a sua aparência física, começando desse cedo (jovens e ainda no Brasil) a trabalharem nos cabelos umas das outras, capitalizando essas “disposições sociais” que adquiriram em contextos domésticos para os usarem mais tarde em contextos profissionais, manifestando-se em determinadas práticas/técnicas brasileiras que aplicam nos locais de trabalho portugueses (escova progressiva, entre outras); b) aceitação dos pressupostos acima indicados embora com algumas reservas por parte das suas colegas portuguesas. As reservas apontam para porventura algum “mal-estar” causado pela visibilidade e concorrência (note-se que ao lado de muitos salões de cabeleireiros quinta-condenses, abriram outros semelhantes de proprietárias brasileiras), o que acabou por se reflectir em algumas respostas de teor xenófobo e racista.

Por fim, destaque-se como “marcador” negativo a crise - transversal a quase todas as mini-histórias de vida recolhidas. De facto, quer sejam portuguesas, quer sejam brasileiras, as entrevistadas acentuaram a actual crise económico-social como a grande causa para a quebra de clientela, de rendimentos e a necessidade de ter que despedir funcionários (caso das cabeleireiras portuguesas). A excepção vai sobretudo para o caso de Joana que abriu o seu próprio centro de estética, não lhe faltando clientes e Carolina que perspectiva o seu futuro na área das unhas de gel com moderado entusiasmo.

Uma questão fulcral emerge: Em que medida as mini-histórias de vida aqui apresentadas, permitem produzir aquilo a que se chamou de Etnografia da Globalização? A resposta aponta para o facto de que o quotidiano das nove mulheres brasileiras e portuguesas que trabalham em centros de estética e/ou cabeleireiros quinta-condenses, pode ser observado à luz de uma globalização do quotidiano (seja ele profissional, familiar, social e económico) em contante reprodução, assumindo como é evidente, alguns contornos particulares de acordo com as especificidades dos actores, do enquadramento sócio-espacial e do tipo de negócios em causa. O mesmo será dizer que se efectuou neste trabalho uma abordagem alicerçada naquilo que se designa por Antropologia da Globalização, contextualizando, situando e registando a globalização, através do mapeamento dos fluxos migratórios de várias mulheres que se tornaram empreendedoras no sector da “beleza” na Quinta do Conde.

O resultado final assenta numa visão mais sustentada e ampla da globalização que permite discernir as múltiplas dinâmicas, configurações e transformações que o local assume face ao global e vice-versa.

7. Considerações Finais

Em síntese, o trabalho aqui apresentado pode ser dividido em dois planos. No plano teórico e de acordo com a pesquisa bibliográfica realizada, salientam-se alguns dados: 1) aumento da migração feminina nos últimos anos, dando origem ao aparecimento de alguns estudos académicos na área das migrações; 2) relevância das questões ligadas às variáveis de género sobretudo a partir dos anos 70); 3) alteração do enfoque – a mulher passa a assumir preponderância enquanto sujeito migratório activo na procura pela sua emancipação e não apenas o homem como sempre fora no passado; 4) preponderância que a comunidade brasileira assumiu em Portugal no contexto dos fluxos migratórios contemporâneos.

No plano prático, efectuaram-se nove mini-histórias de vida a mulheres quinta-condenses. Se numa primeira fase, considerou-se apenas entrevistar nove mulheres empreendedoras de nacionalidade brasileira do sector da “Beleza” (já que esse era um dos enfoques que desde o início deste trabalho se pretendia alcançar ou seja, explorar até que ponto existe algum tipo de *elo* (se é que o há), entre a indústria da “beleza” e a “mulher brasileira”); numa fase mais adiantada, optou-se por abarcar também as suas homólogas portuguesas. A justificação assenta na necessidade de fundamentar a hipótese acima levantada, bem como abordar várias outras questões relacionadas com a formação profissional e mercado de trabalho, técnicas e produtos utilizados, forma de trabalhar e clientela angariada.

Os resultados conseguidos nas várias dimensões aqui expostas, apontam alguns traços em comum com as questões económicas e a língua portuguesa a assumirem um papel de relevo na opção pela escolha de emigrar para Portugal na amostra aqui evidenciada.

O empreendedorismo acabou por ser nesse processo, uma “fuga para a frente” das entrevistadas, evitando assim o desemprego e a passagem que se julga, a uma situação cada vez mais problemática e de difícil resolução.

Fazendo-se valer de um processo que começou na sua infância e/ou adolescência e que aqui se se designou por “disposições sociais”, ou seja, aquilo que se pode entender por uma dimensão do *habitus* de cada um(a), as informantes brasileiras aqui apresentadas, aproveitaram o seu conhecimento, experiência e se quisermos uma certa familiaridade com o exercício da profissão de cabeleireira e/ou esteticista, para enveredarem por essa saída profissional. Tal situação, saliente-se, foi reforçada a partir do momento em que tornaram o seu local de trabalho não apenas como um espaço onde exercem as funções inerentes à sua profissão, mas ao mesmo tempo, como que uma espécie de “consultório de aconselhamento psicológico local”, que permite estabelecer relações de amizade e cumplicidade mútua e onde

são trocadas histórias, desabafos, conselhos, confidências, entre o prestador e beneficiário dos serviços em causa.

Curioso foi nesta questão verificar-se o contrário ou seja, recolheram-se algumas entrevistas de cabeleireiras portuguesas que tiveram a seu cargo funcionárias brasileiras, que dão conta de que estas muitas vezes chegam ao seu local de trabalho sem terem os conhecimentos mínimos para o exercício da sua profissão, evidenciando em algumas situações juízos de carácter xenófobo e racista. Desta forma, torna-se difícil avaliar de que lado se encontra a veracidade dos factos. De qualquer forma, essa busca não constituiu nem nunca foi considerado como um objectivo proposto para esta investigação, na medida em que estamos num “domínio” com uma forte componente subjectiva e que por essa razão, existe o desígnio de relativizar e de não essencializar esta temática, procurando sempre questionar as intervenientes o porquê de tais juízos e afirmações.

No que concerne ao mercado laboral, sublinhe-se algumas configurações que foram emergindo à medida que o trabalho de campo foi progredindo. Nesse sentido, constatou-se a mobilidade e a facilidade de integração profissional que este tipo de trabalhos proporciona a quem deles depende. Em concreto, permite que estes profissionais possam deslocar-se de um local para o outro e em última instância, de um país para um outro, apenas necessitando de ter alguns contactos/conhecimentos de alguém que as possa ajudar na sua respectiva inserção sócio-profissional futura.

Outro dado que se apurou foi que este tipo de negócios funcionam numa lógica marcada pelo pagamento de comissões a quem neles exerce actividades pontuais, como acontece com algumas esteticistas que trabalham em salões de cabeleireiro.

Em síntese, constatou-se que a sobre-representação do sector da beleza na Quinta do Conde, repercute alguns aspectos que até à fase anterior ao trabalho de campo, ainda não tinham sido equacionados, mas que com a pesquisa empírica realizada na freguesia quinta-condense ganharam visibilidade: a) desenvolvimento de mercados ainda pouco explorados ou seja, foi devido à chegada da imigração brasileira à freguesia que este sector se expandiu; b); aproveitamento de mercados com procura oscilante e/ou inconstante isto é; este tipo de negócios são dinâmicos por natureza (note-se que aquando da última visita à freguesia em Agosto de 2012, já tinham fechado alguns destes espaços e aberto outros tantos) e c) investimento em mercados de produtos ou serviços “exóticos” ou seja, a tipologia destes negócios assenta na oferta de serviços e produtos inexistentes no mercado. Contudo, com a actual crise e fruto da curiosidade que estes espaços despertam nos clientes autóctones, o

“exótico” como que se massifica, diversificando-se dessa forma a clientela em termos de nacionalidade.

Para perceber um pouco melhor estes aspectos, é importante referir que aquando da chegada da imigração brasileira à freguesia (sobretudo nos anos 90), já existiam cabeleireiros portugueses. No entanto, note-se que este era (ainda) um mercado por explorar. Neste momento, já não é assim, na medida em que se registou uma variedade de serviços e produtos brasileiros que se generalizaram aos próprios cabeleireiros portugueses. Esta é uma estratégia que permite garantir a preferência de uma clientela cada vez mais vasta, exigente e heterogénea.

Uma nota final para a contribuição que este tipo de negócios tem na economia local quinta-condense. Embora não exista ou pelo menos não se conheça qualquer estudo (científico ou não) que comprove este dado, pode-se adiantar no entanto que de acordo com as observações, entrevistas e conversas exploratórias com alguns informantes no terreno, que este sector em concreto move diversos e múltiplos agentes que vão desde os clientes, proprietários, vendedores e ex(im)portadores. A face mais perceptível desta situação, manifesta-se na presença em muitas ruas quinta-condenses de cabeleireiros e centros de estética separados em alguns casos por poucos metros entre si.

Não obstante a actual crise económico-social, cabeleireiros africanos, portugueses e brasileiros “convivem” lado-a-lado; empregam funcionários, dinamizam e criam riqueza, permitindo aos seus proprietários (emigrantes), sentirem-se integrados na sociedade portuguesa contemporânea.

Oportuno será perceber se no futuro estes espaços se manterão na Quinta do Conde? Os seus proprietários regressarão ao Brasil? Abrirão num terceiro país um cabeleireiro ou um centro de estética? Que implicações essas decisões terão nas suas vidas e nas vidas das suas famílias? Estas constituem algumas questões que poderão servir de ponto de partida para uma investigação futura que a seu tempo poderá ser retomada.

8. Bibliografia

- AAVV (1998), *Recommendations on Statistics of International Migration Revision I*, New York, United Nations Publications.
- AAVV (2007), *Index de Políticas de Integração de Migrantes*, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian.
- Aldrich H.E. e Waldinger R. (1990), *Ethnicity and Entrepreneurship*, Annual Review of Sociology, Vol.16., pp 111 – 135.
- Bordieu P. (1987), *A Economia das Trocas Simbólicas*. São Paulo, Perspectiva, 1987.
- Bordieu P. (1999), *A Dominação Masculina*, Rio de Janeiro, Bertrand.
- Cabral, Alcinda (coord.) (2005/07), *Integração social e económica de imigrantes*, Projecto de Investigação financiado pela FCT, Lisboa, FCT.
- Cabral, João de Pina (1983) *Análise Social*, vol. xix (76), 1983-2.º, pp. 327-339, Lisboa, Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa.
- Castles, S. (2005), *Globalização, Transnacionalismo e Novos Fluxos Migratórios*, Lisboa, Fim de Século.
- Chiang, Lan-hung Nora (2004), “The Dynamics of Self-employment and Ethnic Business Ownership among Taiwanese in Australia”, *International Migration*, Vol. 6 nº 2.
- Coutinho, A. L.; Oliveira, B. e Oliveira, M. (coords), (2007) Projecto SIMM “Sensibilização e Integração de Mulheres Migrantes e Marginalizadas – No Caminho para a Igualdade de Oportunidades”; *Relatório de Investigação visando o Planeamento, Implementação e Avaliação de um Serviço de Apoio a Integração de Mulheres Migrantes e Marginalizadas*, Associação de Solidariedade Internacional (Promotor) com o Apoio da Comissão para a Igualdade e para o Direito das Mulheres, Porto.
- Dana, Léo-Paul (ed.) (2008), *Handbook of Research on Ethnic Minority Entrepreneurship: A Co-evolutionary View on Resource Management*, Cheltenham, Edward Elgar Publishing Limited.
- Dweck, Ruth (1999), “A Beleza como Variável Económica – Reflexo nos Mercados de Trabalho e de Bens e Serviços”, Texto para Discussão nº618, *Diagnóstico do Sector Serviços no Brasil*, Rio de Janeiro, Instituto de Pesquisa Económica Aplicada.
- Eckert, C.; Rocha, A. L. C., “Etnografia de Rua: Estudo de Antropologia Urbana”, *Revista do Núcleo de Desenvolvimento da Criatividade da Unicamp*, Campinas, v.9.
- Escrivá, A. (1997) "Control, Composition and Character of New Migrations to Southern Europe", *New Community* 23.

Esteves, Maria do Céu (org.) (1991), *Portugal, país de imigração*, Lisboa, Instituto de Estudos para o Desenvolvimento.

Faustino, Horácio C. (coord) (2009), *As Características da Imigração em Portugal e os seus Efeitos no Comércio Bilateral*, Lisboa, ACIDI.

Fernandes, Gleiciani; Beatriz Padilla e Mariana Selister Gomes, (2010), "Ser brasileira em Portugal: imigração, género e colonialidade", Actas apresentadas no 1º Seminário de *Estudos sobre Imigração Brasileira na Europa*, Barcelona, 25 e 27 de Novembro de 2010, Barcelona.

Gambetta, D. (1988), *Trust: Making and Breaking Cooperative Relations*, Oxford, Blackwell.

Godinho, M. (1978), "L'Emigration Portugaise (XV-XX Siècles). Une Constante Structurale et les Réponses aux Changements du Monde", *Revista de História Económica e Social* 1, pp.5-32.

Godinho, Paula (1998), *Memórias da Resistência Rural no Sul: Couço (1958-1962)*, Dissertação de Doutoramento em Antropologia, Especialidade em Etnologia, Lisboa, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa.

Góis, Pedro e José Marques (2012), *A Emergência das Migrações no Feminino*, Cascais, Principia.

Goldenberg, Miriam (2006), "O Corpo como Capital: Para Compreender a Cultura Brasileira", *Arquivos em Movimento, Vol.2 Nº2 Julho/Dezembro 2006*, Rio de Janeiro, Universidade Federal de Santa Catarina.

Granovetter, M. (1985). "Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness", *American Journal of Sociology* 91(3), Chicago, The University of Chicago Press.

Karageorgis, Stavros e Ivan Light (1994), "The Ethnic Economy" em N. Smelser e R. Swedberg (ed.), *The Handbook of Economic Sociology*, pp. 647-671, Princeton, Princeton University Press.

Lages, Mário Feal (2006), *Os Imigrantes e a População Portuguesa – Imagens recíprocas*, Lisboa, ACIME.

Lancee, Bram (2012), *Immigrant Performance in the Labour Market: Bonding and Bridging Social Capital*, Amsterdam, Amsterdam University Press.

Light, I. et al. (1994), "Beyond the enclave economy", *Social Problems*, 41: 65-80.

Leung, Maggi (2001), "Get It Going: New Ethic Chinese Business. The Case of Taiwanese-owned Computer Firms in Hamburg", *Journal of Ethnic and Migration Studies Vol. 27, nº2: 277-294*.

- Malisse, Stéphane (2002), “Em Busca dos (H)alteres-ego: Olhares Franceses nos Bastidores da Corpolatria Carioca”, *N & Vestido*. Rio de Janeiro, Record.
- Maluf, Sônia (2003), “Corpo e Corporalidade nas Culturas Contemporâneas: Abordagens Antropológicas”. *Esboços, Revista do Programas de Pós-Graduação em História*, 2003.
- Matias, A.; K. Wall e C. Nunes, (2005), *Immigrant Women in Portugal: Migration Trajectories, Main Problems and Policies* (Working Paper), Lisboa, ICS-UL.
- Oliveira, Catarina e Rath, Jan (coord.) (2008), “O empreendedorismo na perspectiva de género: uma primeira aproximação ao caso das brasileiras em Portugal”; “Limites e oportunidades do empreendedorismo imigrante”, *Revista Migrações III*, pp. 191-216, Lisboa, ACIDI.
- Mauss, Marcel (1934), “Les techniques du corps”, *Journal de Psychologie*, XXXII, Communication présentée à la Société de Psychologie le 17 mai 1934.
- Oliveira, C. e J. Rath (org.) (2008), *Empreendedorismo Imigrante*, Lisboa, ACIDI. 13.
- Oliveira, C. (2005) *Empresários de Origem Imigrante: Estratégias de Inserção Económica em Portugal*, Lisboa, ACIME.
- Padilla, Beatriz (2010), *Mulheres Imigrantes Empreendedoras*, Lisboa, Comissão para a Cidadania e Igualdade de Género (CIG).
- Padilla, Beatriz; Xavier, Maria (org.) (2009), *Migrações entre Portugal e a América Latina*, Lisboa, ACIDI.
- Padilla, Beatriz, (2008), “O empreendedorismo na perspectiva de género: Uma primeira aproximação ao caso das brasileiras em Portugal”, em Catarina Reis Oliveira e Jan Rath (org.), *Revista Migrações - Número Temático Empreendedorismo Imigrante*, pp. 191-215, Outubro 2008, n.º 3, Lisboa, ACIDI.
- Padilla; Ortiz, Alejandra (2009), “Uma primeira aproximação aos perfis dos latino-americanos em
- Peixoto, João (2009), *New Migrations in Portugal: Labour Markets, Smuggling and Gender Segmentation*, Oxford, Blackwell Publishing Ltd.
- Peixoto, João (org.) (2008), *Imigração e mercado de trabalho em Portugal: investigação e tendências recentes*, Lisboa, ACIDI.
- Peixoto, João (coord.) (2006), *Mulheres Migrantes: Percursos Laborais e Modos de Inserção Socioeconómica das Imigrantes em Portugal*, Projecto de Investigação financiado pela FCT e CIDM, Lisboa, SOCIUS, CISEP e CESIS.

- Peixoto, João (2004), “As Teorias Explicativas das Migrações: Teorias Micro e Macro-Sociológicas”, (online) Lisboa, SOCIUS Working Papers.
- Pellegrino, A. (2004), “Migration from Latin America to Europe: Trends and Policy Challenges”, *IOM Migration Research Series*, Geneva, Research and Publications Division, IOM Geneva.
- Piore, M. J. (1979), *Birds of Passage. Migrant Labour and Industrial Societies*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Polanyi, Karl (1980) *A Grande Transformação - As Origens de Nossa Época*, Rio de Janeiro, Editora Campus Ld.^a.
- Portes, Alejandro (1999), *Migrações Internacionais: Origens, Tipos e Modos de Incorporação*, Oeiras, Celta editora.
- Portes, Alejandro (1995) “Economic sociology and the sociology of immigration: a conceptual overview”, em *The economic sociology of immigration. Essays on networks, ethnicity, and entrepreneurship*, pp. 1-41, Nova Iorque, Sage Foundation.
- Portes, Alejandro (1981), “Modes of structural incorporation and present theories of labour immigration”, em M. M. Kritz et al. (eds.), *Global Trends in Migration - Theory and Research on International Population Movements*, Nova Iorque, Center for Migration Studies.
- Portes, Alejandro; Sensenbrenner, Julia (1993), “Embeddedness and Immigration: Notes on the Social Determinants of Economic Action”, *The American Journal of Sociology*, Vol. 98, Nº6, Chicago, The University of Chicago Press.
- Putman, R. D. (1993), *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*, Princeton, Princeton University Press.
- Ribeiro, Liliane (2006), “Cirurgia Plástica Estética em Corpos Femininos: a Medicalização da Diferença”, Working Paper, Santa Catarina, Universidade Federal de Santa Catarina.
- Rodrigues, Frederica (2010), *A “Beleza” das Mulheres Imigrantes Empreendedoras*, Dissertação de Mestrado Migrações, Inter-Etnicidades e Transnacionalismo, Lisboa, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa.
- Santos, Maria Gonçalves Conceição (2009), *Um Contributo para Pensar a Geografia das Migrações. A Comunidade Brasileira na Região Centro de Portugal*, Dissertação de Doutoramento em Geografia, Coimbra, Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra.
- Sarmiento, Cristina (2010), *Culturas cruzadas em português - Redes de Poder e Relações Culturais (Portugal - Brasil, Séc. XIX e XX)*, Lisboa, Edições Almedina.

Sant'Anna, Denise Bernuzzi de (1995), *Políticas do Corpo: Elementos para uma História das Práticas Corporais*. Estação Liberdade.

Sant'Anna, Denise Bernuzzi de (2001), *Corpos de Passagem Ensaio Sobre a Subjectividade Contemporânea*, Rio de Janeiro, Estação Liberdade.

Strozenberg, Ilana (2005), “O Apelo da Cor: Percepções dos Consumidores Sobre As Imagens da Diferença Racial na Propaganda Brasileira”, *Comunicação, Mídia e Consumo*, v. 2, n. 4, pp. 207-208.

Valdez, Zulema (2002), “Beyond Ethnic Entrepreneurship: Ethnicity and the Economy in Enterprise”, Working Paper nº 63, California, University of California – San Diego.

Waldinger R. (1986), *Immigrant Enterprise: A Critique and Reformulation*, Theory and Society, Vol. 15, No. 1/2, Special Double Issue: Structures of Capital, January. pp 249-285.

Yanez-Casal, Adolfo (1996), *Para uma epistemologia do discurso e da prática antropológica*, (partic. cap III), Lisboa, Cosmos.

Zlotnik, H, (2003), *Dimensão Global da Migração Feminina*, Migration Information Source.

Sites da Internet

Centros de Investigação:

CEEA - <http://ceaa.ufp.pt/>

CIES - <http://www.cies.iscte.pt/>

CRIA - <http://www.cria.org.pt/> 14

SOCIUS - <http://pascal.iseg.utl.pt/socius/home.html>

Sites institucionais

ACIDI - <http://www.oi.acidi.gov.pt/>.

Câmara Municipal de Setúbal - <http://www.mun-setubal.pt/>

Departamento de Estudos Políticos da Universidade Nova de Lisboa -
<http://intranet.fcsh.unl.pt:8080/FCSH/deps/estudos-politicos>

FCSH - <http://www.fcsh.unl.pt/>

FCT - <http://www.fct.pt/>

FMI – <http://www.imf.org/external/index.htm>

IEFP - <http://www.iefp.pt/Paginas/Home.aspx>

INE - http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_main

IOM - <http://www.iom.int/jahia/jsp/index.jsp>

ISCTE - <http://www.iscte-iul.pt/home.aspx>

ISEG - <https://aquila.iseg.utl.pt/aquila/instituicao/ISEG>

SEF - <http://www.sef.pt/portal/V10/PT/asp/page.aspx>

Segurança Social - <http://www2.seg-social.pt/>.

Vários

- “Estudo de Diagnóstico e Caracterização da População Imigrante, Identificação dos seus Problemas e dos seus Contributos para a Dinâmica de Desenvolvimento dos Municípios” - http://www.acidi.gov.pt/_cf/70628.

- Regulamento (CE) n°862/2007 do Parlamento Europeu e do Conselho de 11 de Julho de 2007 - <http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2007:199:0023:0029.PT: PDF>.

- Revista Migrações - <http://www.oi.acidi.gov.pt/modules.php?name=News&file=article&sid=1823>

- Sociologia Económica das Migrações - <http://www.ms.espp.iscte-iul.pt/np4/10/52.html>

- "Um contributo para pensar a Geografia das Migrações - "A comunidade brasileira na Região Centro de Portugal" <http://www.oi.acidi.gov.pt/modules.php?name=News&File=article&sid=2139>.