

CAPITALISMO DIGITAL E AUTOEMPREENDEDORISMO NA MAIOR FAVELA DE MANAUS: O INSTAGRAM COMO CRIVO DAS ESTETICISTAS

Beatriz Praia Ribeiro¹, Isaque dos Santos Sousa²

RESUMO

O trabalho em questão possui importância inerente ao tema, visto que, a periferia, o autoempreendedorismo e o advento técnico atrelado ao capitalismo digital ou capitalismo das redes podem ser discutidos hodiernamente em concomitância justamente devido a processos globalizadores que atingem todos estes aspectos. O objetivo geral deste trabalho foi de analisar a realidade multifacetada das esteticistas no bairro Cidade de Deus em Manaus. Os objetivos específicos foram dois (2), o primeiro é verificar a realidade laboral das esteticistas localizadas no bairro Cidade de Deus; o segundo objetivo é analisar o nível de importância e de interferência que o Instagram como rede social possui para estabelecimento. O movimento metodológico utilizado foi o Histórico-crítico-dialético (Sposito, 2004) que nos permitiu analisar as contradições vigentes no objeto da pesquisa e no recorte espacial da mesma, além de tecer de maneira qualitativa uma análise sobre os dados coletados com o questionário de campo. A pesquisa colabora que seja possível entender as multifacetadas do autoempreender e do autogerir-se diante do advento das redes.

PALAVRAS-CHAVE: Autoempreendedorismo. Capitalismo digital. Capitalismo digital

INTRODUÇÃO

O capitalismo como sistema econômico e social é compreendido de diversas maneiras, sobretudo a partir das intencionalidades do que se deseja entender. Diante de uma sociedade completamente tomada pelos avanços técnicos informacionais, temos cada vez mais conteúdos e funções que andam em concomitância com os meios técnicos-científicos-informacionais (Santos, 1994) e com os avanços constantes destes meios, independente da forma. O capitalismo digital, ou o capitalismo das redes é parte primordial desta análise que associa trabalho/condições laborais com o advento das redes sociais como novo crivo qualitativo dos melhores e piores serviços oferecidos pelo circuito inferior da economia urbana (Santos, 1979), mais especificamente os autoempreendedores periféricos.

Com base no censo feito sobre o uso das redes sociais aplicado pelo IBGE em 2022, o Brasil possui cerca de 128,8 milhões de pessoas que acessam o Instagram pelo menos uma vez ao mês, o que representa por volta de 89% dos brasileiros entre 16 e 64 anos de idade, o que torna o Instagram a rede social favorita dos brasileiros, e nele são concretizadas relações não apenas de promoção da própria imagem e de compartilhamento da vida dos usuários, mas também de “*merchandising*” (Mercadização), que atua acima de tudo, moldando o perfil da demanda dos usuários que são bombardeados por produtos, serviços e informações.

Nos espaços periféricos, onde residem os sujeitos periféricos e onde as contradições sociais atingem diretamente e diariamente esses sujeitos, surgem as ideias e também entram no âmbito das “práxis”, eis aí o que chamamos da gestão de si, traduzida através do autoempreendedorismo como forma de autoinserção no mundo do trabalho (Rosenfield C. L, 2015), porém, desta vez, este circuito inferior não se traduz apenas pela simplicidade das formas e das técnicas, mas também do alinhamento com a ascensão vigente das plataformas digitais, que fazem com que os pequenos negócios sejam não apenas percebidos, mas acessados, independente de estarem na periferia.

O objetivo geral deste trabalho foi de analisar a realidade multifacetada das esteticistas no bairro Cidade de Deus em Manaus. Os objetivos específicos foram dois (2), o primeiro é verificar a realidade laboral das esteticistas localizadas no bairro Cidade de Deus; o segundo objetivo é

¹ Discente do Programa de Pós-Graduação em Geografia (PPGEO) da Universidade do estado do Amazonas (UEA), membra do Núcleo de Pesquisa Urbana e Regional (NPUR) e bolsista pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES).

² Professor titular do programa de Pós-Graduação (PPGEO) da Universidade do Estado do Amazonas (UEA), líder do Núcleo de Pesquisa Urbana e Regional (NPUR).

analisar o nível de importância e de interferência que o Instagram como rede social possui para o estabelecimento.

MATERIAL E MÉTODOS

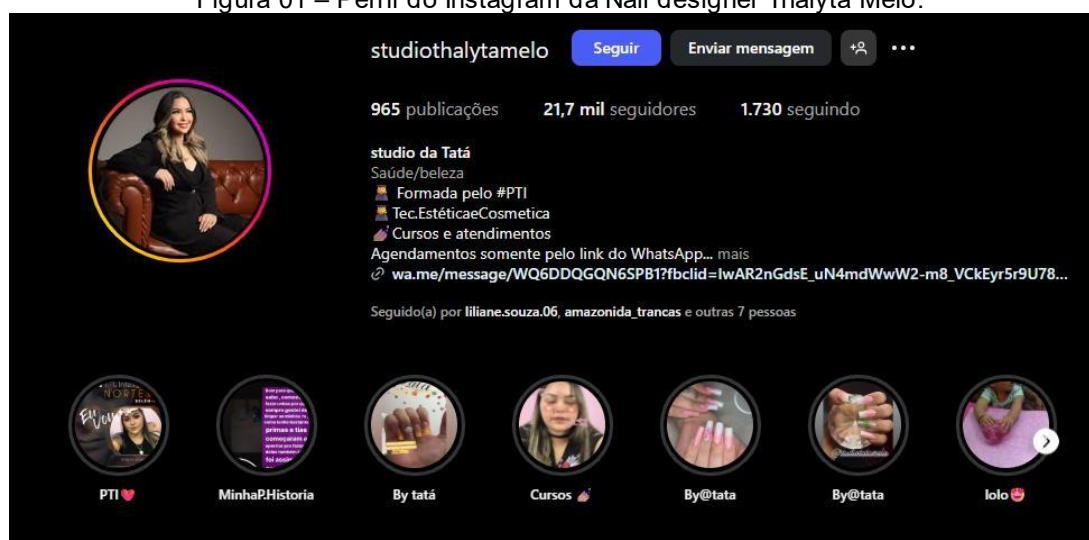
O movimento metodológico utilizado foi o Histórico-Crítico-Dialético (Sposito 2000:2004) que nos permitiu fazer uma decomposição do espaço/tempo em termos de discussões a cerca de um contexto técnico e laboral dentro da periferia, além de nos permitir fazer uma análise da unidade dos contraditórios e a transformação dos dados quantitativos em qualitativos (Lencioni, 1999). Procedeu-se primeiramente através do levantamento e leituras sobre a temática, além da ida ao campo até três (3) estabelecimentos (que foram escolhidos pela dimensão da forma destes) onde foi aplicado um questionário de 12 perguntas, sendo apenas duas de interesse a este trabalho, além de registros fotográficos, logo após estes dados foram analisados e discutidos.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Diante da realidade empírica percebida e vivenciada nos 3 estabelecimentos de esteticistas do bairro Cidade de Deus, percebeu-se primeiramente que os estabelecimentos estão todos esteticamente preparados para serem instagramáveis, justamente para que as/os clientes tenham uma experiência apropriada para ser exposta, e também para que consigam promover os serviços que estão experimentando, o que vai de encontro com o que já foi discutido antes sobre os estabelecimentos do circuito inferior já estarem se desvinculando da ideia de espaços arcaicos ou simplórios.

Quando perguntamos qual seria a principal forma de divulgação dos serviços, todas as três (3) proprietárias deram uma resposta positiva e as três (3) também afirmaram ser o Instagram a rede principal de divulgação. Outro questionamento importante seria o de quem administra essas redes sociais, já que se identificou que o mesmo sujeito que é proprietário, também realiza o serviço solicitado, à medida que também limpa o estabelecimento e da mesma forma também divulga, responde, gera um processo criativo e interage com seus/suas clientes no Instagram, ou seja, como as próprias proprietárias afirmam, elas são “mil em uma”.

Figura 01 – Perfil do Instagram da Nail designer Thalyta Melo.



Fonte: Studio Thalyta Melo, Instagram (2025).

Como mostra a figura 01, um dos perfis das proprietárias tem um número significativo de seguidores, a partir disso foi possível perceber também que por mais que estejam localizadas na

maior favela de Manaus, estas proprietárias possuem um alcance muito significativo nas suas redes sociais, o corrobora para que as tais Economias Não Observadas – ENO's (Hallak e Ramos, 2014) permaneçam estatisticamente não tão detectáveis em fontes básicas de dados, porém significativamente reconhecidas, empiricamente detectáveis e desejadas através das redes sociais, fazendo com que, inclusive os consumidores não sejam apenas os que estão localizados no mesmo bairro.

Foi possível perceber também que nos perfis visitados há sempre um espaço para compartilhar com suas clientes e entusiastas a história da proprietária, geralmente localizadas em destaques ou posts que mostram todos os cursos, especializações, as primeiras clientes, a primeira forma estética do estabelecimento, seguida de uma série de evoluções tanto no âmbito profissional, quanto no âmbito estrutural geral da própria vida da proprietária.

É inegável que, é no seio da periferia que surgem as atividades do circuito inferior da economia urbana, onde não há apenas o acentuamento das mazelas e contradições inerentes da urbe, mas também o desejo criativo pela sobrevivência e da emancipação social, respectivamente. A vista dos estabelecimentos visitados em campo e do que se é possível acompanhar pelas redes sociais, de maneira geral, o advento das redes - sendo o Instagram o foco desta pesquisa - é hoje de suma importância tanto para que os estabelecimentos cativem suas clientes a permanecerem fieis a eles, quanto para conseguir novas clientes. Observa-se que se não há domínio das redes sociais, ainda é possível conseguir retorno monetário, contudo, torna-se mais difícil alcançar a emancipação social.

AGRADECIMENTOS

O presente trabalho foi realizado com apoio do Núcleo de Pesquisa Urbana e Regional – NPUR direcionado pelos professores Isaque dos Santos Sousa e Susane Patrícia Melo de Lima, em especial ao Professor Isaque dos Santos Sousa como orientador direto da pesquisa. Em termos de apoio financeiro, contamos com o apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES.

REFERÊNCIAS

HALLAK, João; RAMOS, Roberto Olinto. A economia não observada no Brasil: um estudo baseado na metodologia do sistema de contas nacionais. **Revista de Economia Contemporânea**, v. 18, p. 31-55, 2014.

ROSENFELD, C. L. Autoempreendedorismo: forma emergente de inserção social pelo trabalho. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**. v. 30, p. 115-128, 2015.

SANTOS, Milton. **O espaço dividido**: Os dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1979

SANTOS, Milton. **Técnica, espaço, tempo**: globalização e meio técnico-científico informacional. São Paulo: Hucitec, 1994

SPOSITO, E. S. Geografia e Filosofia - **Contribuição para o ensino do pensamento geográfico**. São Paulo: UNESP, 2004.