
Legislação	Consultoria	Assessoria	Informativos	Treinamento	Auditoria	Pesquisa	Confiança

Relatório Trabalhista

Nº 014

17/02/2023

Sumário:

- DANOS MORAIS NO TRABALHO - DISCRIMINAÇÃO ESTÉTICA
- SEMANA ESPANHOLA - JORNADA DE TRABALHO
- BUXIXO - COMUNICAÇÃO - MARKETING INTERNO RH



DANOS MORAIS NO TRABALHO DISCRIMINAÇÃO ESTÉTICA

Modismo ou não, está cada vez mais presente o uso de piercing, tatuagem, cabelos coloridos, e outras extravagâncias do gênero, em especial entre os jovens. No trabalho, não há nenhuma surpresa se a diretoria já levou esta questão em discussão para o RH resolver. A questão é, até onde a empresa poderá interferir na aparência das pessoas para zelar pela boa imagem corporativa.

O piercing e a tatuagem são os vilões que mais incomodam nas empresas. Estigmatizados pela trajetória de sua história, ao longo do tempo, a história foi construindo um estereótipo negativo, depreciativo, sobre os usuários destes adornos no corpo. O preconceito está visivelmente estampada na sociedade moderna. Mas, com o decorrer do tempo, há tendência para aceitação.

No campo do trabalho, as aparências não afetam nas competências dos profissionais, mas afetam na imagem corporativa da empresa.

O piercing é um adorno corporal como o brinco. A diferença está aonde é colocado. O brinco, na orelha, e o que se chama de piercing em qualquer outra parte do corpo, no nariz, nos lábios, na língua, nos mamilos, no umbigo, e até nas partes íntimas.

A história conta que este adorno já existia nas primeiras comunidades e clãs das raças ancestrais, há pelo menos 5.000 anos na história da humanidade, passando pelos faraós egípcios e legionários romanos, astecas e maias, povos tribais, etc. Na década de 70, este adorno foi resgatado pela moda londrina, herdada pelos "hippies". E por último, nos anos 90, foi rapidamente assumido pelos "punks" e outras sociedades tribais urbanas.

A tatuagem surgiu entre 4.000 e 2.000 a.C., no Egito, posteriormente na Polinésia, Filipinas, Indonésia e Nova Zelândia (maori). Na idade média, a Europa foi banida pela Igreja Católica. No século VIII, foi proibida pelo Papa, sendo considerada como uma prática demoníaca. Em 1.879, o Governo da Inglaterra adotou a tatuagem como uma forma de identificação de todos os criminosos. Durante a Segunda Guerra Mundial, a tatuagem foi muito utilizada por soldados e marinheiros, que

gravavam o nome da pessoa amada em seus corpos. No Brasil, na década de 60, o primeiro tatuador estabeleceu-se na cidade de Santos, nas proximidades do cais, onde na época era a zona de boemia e prostituição (bêbados, drogados, bagunceiros), gerando um estigma de arte marginal que perdurou por décadas, contribuindo bastante para a disseminação de preconceitos e discriminação da atividade. Na década de 70, marginais utilizam a tatuagem para diferenciar a facção, outros, tatuavam grande parte do seu corpo, como prova de coragem e fidelidade à gangue (ex. máfia japonesa Yakuza). A partir da década de 90 retornou com força através de artistas e em pessoas comuns, passando de um símbolo marginal para uma forma de liberdade de expressão, de arte e estética do corpo.

Imagem corporativa e dos colaboradores

A imagem corporativa define como uma empresa é e como ela é percebida no mercado. Esta imagem, também está diretamente relacionada com a imagem dos colaboradores.

A imagem dos colaboradores é composta por "aparências" e "atitudes" dos mesmos. Exemplo: se o cliente é mal atendido, fica estampada tal atitude e generalizada para todo o grupo.

Assim, algumas empresas adotam algumas regras de aparência, que são inseridas no regulamento interno, tais como:

- o uso de: uniformes, crachás, maquiagem, etc.
- a proibição do uso de: barba, cabelos longos, brincos, piercing, tatuagem, etc.

Por outro lado, dependendo de como é aplicado, algumas destas regras de aparência podem esbarrar na legislação social (direito de livre expressão, discriminação, dignidade da pessoa humana e sua personalidade, etc.), resultando em pesadas indenizações para a empresa.

A legislação trabalhista não define claramente em quais situações as empresas podem interferir na aparência de seus empregados. Os tribunais têm decidido com base em dois princípios constitucionais: dignidade da pessoa humana e razoabilidade.

Dignidade e Razoabilidade

A dignidade da pessoa humana é essencialmente um atributo da pessoa humana, pelo simples fato de ser humana, merecendo todo o respeito, independentemente de sua origem, raça, sexo, idade, estado civil ou condição social e econômica. A medida em que a humanidade vai se evoluindo e tomando consciência das implicações deste conceito, cada vez mais a sua abrangência torna-se complexa e polêmica (ex. aborto, clonagem, etc.).

A razoabilidade é o princípio da proporcionalidade, princípio da adequação dos meios e aos fins, o bom-senso.

De um modo geral, as empresas ou os setores da empresa que estão expostos ao atendimento público, devem focar maior atenção no fator aparência de seus colaboradores, porque a clientela pode ou não ser preconceituosa.

Em um caso julgado pelo TST (5ª Turma), os ministros entenderam que não seria abusiva a proibição do uso do "piercing" prevista no manual de regras. "Uma vez que, se uma parte da população vê tal uso com absoluta normalidade, é de conhecimento público que outra parte não o aceita". Na decisão, a empresa, ao fixar normas, "busca não agredir nenhuma parcela de seu público consumidor e, por isso, tem o poder de estabelecer restrições". Para os ministros, a empresa não teve outra alternativa senão demitir o empregado por justa causa, que, tendo conhecimento das regras, foi trabalhar com um piercing no lábio e não o retirou após repreensão da supervisão.

Em um outro caso, o TST (3ª Turma), ao analisar o processo de uma digitadora de uma empresa prestadora de serviços de call center, foi unânime ao entender que a companhia, com o poder diretivo dado pela Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), pode exigir que seus funcionários estejam vestidos de forma adequada ao serviços que prestam. Segundo a decisão, "é razoável que a empresa proibisse o uso de decotes, alças, saias muito curtas, para que se construa um ambiente respeitável. Não há abuso de poder em tal atitude".

Portanto, os tribunais dão indícios de que as empresas podem estabelecer regras de conduta para determinados setores de trabalho, inclusive para profissionais de uma determinada função, se houver justificativa plausível, e desde que essas exigências não ultrapassem o que poderia ser considerado razoável.

Em um outro caso, a Justiça do Trabalho (7ª Vara do Trabalho de Salvador) condenou um banco por discriminação estética, referente à proibição do uso de barba pelos empregados. A sentença foi favorável ao pedido do MPT e condenou o banco ao pagamento de indenização de R\$ 100 mil, por dano moral à coletividade dos trabalhadores. Um alerta para a prática de discriminação ilegítima com base em traço estético.

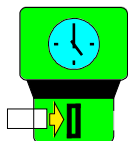
A proibição do uso de barba pelo empregado, meramente por questões de aparência, fere o direito à liberdade, à intimidade, à imagem, pois, o seu uso é estritamente uma decisão pessoal. Por outro lado, é razoável que a empresa exija o

considerado normal pela sociedade, sem extravagâncias. É também razoável, que a empresa proíba o uso da barba quando está vinculada à proteção da saúde e segurança dos trabalhadores, pois, a barba impede total aderência ao rosto no uso de máscaras contra poeira, gases tóxicos, etc.

Recomendações

Na Seleção de Pessoal, ao entrevistar o(a) candidato(a), limite-se apenas a observar a aparência. Nunca questione o que está vendo. Porque, se não for selecionado(a), será esta a argumentação para mover uma ação trabalhista.

Durante o contrato de trabalho, elimine qualquer indício de "bullying" no trabalho, principalmente se partir da supervisão. Exemplo: tratando os subordinados pelo apelido: *tartaruga*, *marcha-lenta*, *barbicha*, *baleia*, etc. Porque, se ocorrer o desligamento, o empregado utilizará este argumento para pleitear a indenização por danos morais.



SEMANA ESPANHOLA JORNADA DE TRABALHO

A chamada "semana espanhola" é um sistema de jornada de trabalho alternando-se de 48 horas em uma semana e 40 horas em outra.

No Brasil, é inaplicável este sistema, vez que, o art. 7º, XIII, da CF/88 limita em 44 horas a jornada semanal de trabalho. Portanto, as horas excedentes seriam caracterizadas como "extras".

"CF/88, Art. 7º, XIII - duração do trabalho normal não superior a 8 horas diárias e 44 semanais, facultada a compensação de horários e a redução da jornada, mediante acordo ou convenção coletiva de trabalho;"

Por outro lado, o TST, através da Orientação Jurisprudencial nº 323, admitiu a sua validade mediante um sistema de compensação de horário e desde que seja previamente ajustado no acordo ou convenção coletiva de trabalho.

"Acordo de compensação de jornada. "Semana Espanhola". Validade. É válido o sistema de compensação de horário quando a jornada adotada é a denominada "semana espanhola", que altera a prestação de 48 horas em uma semana e 40 horas em outra, não violando os arts. 59, § 2º, da CLT e 7º, XIII, da CF/88 o seu ajuste mediante acordo ou convenção coletiva de trabalho (Orientação Jurisprudencial nº 323, TST, SDI-1, DJ 09/12/03)."

A opção pelo banco de horas está prevista no § 2º do art. 59 da CLT. De forma que, as horas excedentes em uma semana, sejam compensadas em outra.

"CLT, Art. 59, § 2º - Poderá ser dispensado o acréscimo de salário se, por força de acordo ou convenção coletiva de trabalho, o excesso de horas em um dia for compensado pela correspondente diminuição em outro dia, de maneira que não exceda, no período máximo de um ano, à soma das jornadas semanais de trabalho previstas, nem seja ultrapassado o limite máximo de 10 horas diárias."



BUXIXO - COMUNICAÇÃO MARKETING INTERNO RH

Buxixo ("ti-ti-ti")

O buxixo tem origem do inglês "buzz", que traduzido, podemos chamar de marketing do "boca-a-boca" ou no popular: "ti-ti-ti", "fofoca" ou "rádio-peão".

Pesquisadores da área de marketing apontam que o brasileiro é bastante curioso, além de ter um bom ouvido, também é bastante falador. Uma receita ideal para introduzir o buxixo, como estratégia de comunicação.

Longe da cidade e das atividades empresariais urbanas, um exemplo bem sucedido de buxixo.

Conta-se que os índios "krenhakakore" ou chamados "índios gigantes", concentrados nas regiões de Pará e Mato Grosso, hoje em número não superior a 250, utilizaram-se desta técnica para serem temidos e respeitados durante há muitos anos entre as demais tribos, pulverizando a imagem de que eram realmente gigantes.

Qual a estratégia utilizada para que esse buxixo acontecesse entre as tribos?

Sabe-se que, os índios ao penetrarem numa floresta, deixam uma trilha de galhos de arbustos quebrados, facilitando o seu retorno. Por sua vez, os índios "krenhakakore" quebravam esses galhos acima da altura normal de um homem (aproximadamente 2,5 metros do chão). Eles, formavam-se em pares, um subia no ombro do outro para quebrar o galho mais alto.

Para as demais tribos, quando deparavam com essas trilhas, não tinham dúvidas de que eram realmente gigantes. Ainda usavam de instrumentos primitivos, emitindo sons amplificados e assustadores.

Rapidamente, o buxixo entre as tribos se espalhou, sendo alvo de atenções de jornalistas de todos os cantos do mundo. Até mesmo os sertanistas irmãos Villas Boas, estavam preocupados para fazer o primeiro contato com essa tribo.

Por final, tudo isso não se passava de uma bem armada estratégia de "buzz marketing" descoberto pelos sertanistas.

Importando idéias da tribo para a empresa moderna

Algumas empresas tem criado o "buxixo", disponibilizado através da internet. A técnica é criar uma situação irreal e imaginária, cujo o objetivo é transformar num grande buxixo e instantaneamente ser comentado por vários colaboradores da empresa, despertando a curiosidade, o segredo, o dia-a-dia, etc.

Sem sombra de dúvida, o melhor buxixo é o boca-a-boca dos nossos colaboradores, transformando-se, espontaneamente, em nosso vendedor ativo.

Temas

Inexiste qualquer fórmula pronta para temas de buxixo, vez que, trata-se de um trabalho criativo e imaginário, particular à cada empresa. Por outro lado, pode-se utilizar a técnica do brainstorming para resolver este problema.