

## Trabalho Destaque

### ***Gig economy* e o cenário trabalhista no Brasil<sup>1</sup>**

Roberta Corrêa Damacena<sup>2</sup>

Juliana Sabóia de Melo<sup>3</sup>

**Resumo:** Conforme Góes, Firmino e Martins (2021), o termo *gig* é um jargão, tendo sido muito utilizado desde o início do século XX para dar nome aso shows de bandas em datas específicas, sendo eles normalmente em fim de semana, onde os músicos ficavam sem fazer mais apresentações durante o resto da semana. Para Ramalho, Rigo e Grangeiro (2017), o *gig economy* consiste pela flexibilidade, instabilidade, inovação e pelas incertezas legais e financeiras, que se enquadram dentro da modalidade de trabalho *freelance*. Diante do exposto, Kaine e Josserand (2016), afirmam que nesta economia se disponibiliza acesso a bens e serviços estabelecendo uma conexão entre pequenos prestadores de serviços e os consumidores de diversas áreas da economia. Por se ter mais liberdade na jornada de trabalho e também na gerencia de tempo, o trabalho informal como ocorre no *gig economy* tem se tornado cada vez maior não só no Brasil, mas como também no mundo, assim como se tem maior acesso a esse mercado de trabalho, onde as exigências são mínimas, sendo acessível a todos que nele quiserem ingressar (Ramalho, Rigo e Grangeiro, 2017). Não sendo procurado somente por desemprego, mas também como uma segunda ou até mesma terceira fonte de renda, sendo possível também a exploração de diversas áreas e setores do mercado de trabalho, trazendo diversas experiências para os então prestadores de serviço (Dedecca, Ribeiro e Ishii, 2009). Diante disto, o objetivo geral é analisar as relações trabalhistas dentro do *gig economy*, tendo como objetivos específicos para abordar este tema identificar o perfil do trabalhador no *gig economy* e apontar vantagens e desvantagens dentro desta modalidade de trabalho. Para a realização do presente estudo foi utilizado a pesquisa definida como quantitativa descritiva, que segundo Manzato e Santos (2012), é utilizada para, de modo geral, medir opiniões, reações, sensações, hábitos e atitudes de um determinado público-alvo através de uma amostra estatística comprovada, sem envolver outros aspectos pessoais e diretos da amostragem coletada, com o objetivo de relatar a realidade do público-alvo, sem interferir ou destorcer dados da realidade. Esta pesquisa terá como população os habitantes de Porto Alegre e região metropolitana do Rio Grande do Sul, onde tem como população estimada 1.492.530 pessoas conforme senso do IBGE (2021), onde será utilizado um questionário do tipo Survey, com respostas de multipla escolha e também

<sup>1</sup> Este trabalho foi destaque nas apresentações da XVI Mostra Científica do Cesuca.

<sup>2</sup> Estudante do Curso de Administração do Centro Universitário Cesuca. E-mail: robsdamacena98@gmail.com

<sup>3</sup> Docente do Curso de Administração do Centro Universitário Cesuca. Mestre em Administração e Negócios. E-mail: julianasaboia@cesuca.edu.br

perguntas abertas. Consumidores como estratégia para identificar o nível de influência do Marketing Digital no seu ato de compra. A entrevista, que de acordo com Gil (2019) é apropriada para a obtenção de múltiplas informações, sejam de conhecimentos, opiniões, sentimentos, expectativas e etc, será realizada com digitais influencers da região, com intuito de analisar todo o processo que é feito por trás da divulgação de um produto ou serviço. A análise dos dados será realizada através de uma análise estatística descritiva e de uma análise de conteúdo. Em decorrência do andamento da elaboração do artigo, a etapa de conclusões e resultados ainda não foi elaborada e finalizada.

**Palavras-Chave:** Gig Economy; cenário trabalhista; trabalho informal.