



Ciências Sociais Unisinos

ISSN: 1519-7050

periodicos@unisinos.br

Universidade do Vale do Rio dos Sinos  
Brasil

Loureiro Andreta, Rachel; Soares Campos, Rosana  
Por trás da maquiagem: a precarização do trabalho das revendedoras de cosméticos  
Ciências Sociais Unisinos, vol. 52, núm. 1, enero-abril, 2016, pp. 132-134  
Universidade do Vale do Rio dos Sinos  
São Leopoldo, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=93845798015>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais artigos
- Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica  
Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal  
Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

## Resenha

# Por trás da maquiagem: a precarização do trabalho das revendedoras de cosméticos

Behind the makeup: The precariousness of the work of cosmetics saleswomen

ABÍLIO, L.C. 2014. *Sem maquiagem: o trabalho de um milhão de revendedoras de cosméticos*. São Paulo, Boitempo/Fapesp, 238 p.

Rachel Loureiro Andreta<sup>1</sup>  
rack\_and@yahoo.com.br

Rosana Soares Campos<sup>1</sup>  
rosanascampos@yahoo.com.br

*Sem maquiagem: o trabalho de um milhão de revendedoras de cosméticos*, editado pela Boitempo Editorial, é o primeiro livro de Ludmila Costhek Abílio, doutora em Ciências Sociais pela Universidade Estadual de Campinas (Unicamp) e professora do Centro de Ciências Humanas e Sociais Aplicadas da PUC – Campinas. Foi sua tese de doutorado, vencedora do prêmio Mundos do Trabalho em 2013, da Associação Brasileira de Estudos do Trabalho (ABET) e do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), que deu origem a esta obra.

O livro desvela o sistema de vendas diretas (SVD), mas, para além disso, ajuda a entender uma série de transformações no mundo do trabalho, tais como a flexibilização, a invisibilidade da exploração, a ameaça de descartabilidade social, o aumento da precarização. A análise é pautada no trabalho das revendedoras de uma empresa brasileira de cosméticos cuja projeção é internacional – a *Natura*. Através de entrevistas com 25 consultoras, quatro funcionários e ex-funcionários e do acompanhamento de reuniões que a empresa promove para as consultoras, em São Paulo e em Paris, Ludmila Costhek Abílio (2014) identifica que essas revendedoras possuem perfil socioeconômico heterogêneo<sup>2</sup> e fazem parte de um contingente de 1 milhão<sup>3</sup> de trabalhadoras cuja atividade laboral, na maioria das vezes, não tem o *status* social de trabalho: a ausência de qualquer vínculo empregatício, de direitos trabalhistas, a dificuldade em estabelecer o tempo de trabalho e não trabalhar ou em precisar o quanto ganham com as vendas (considerando, aqui, que as revendedoras normalmente também são consumidoras dos produtos que vendem) são elementos que remetem a novas formas de relação de trabalho que implicam maior desregulação e constante perda de garantias aos trabalhadores.

O que está por trás do trabalho das revendedoras e do SVD é, como a própria autora<sup>4</sup> pontua, algo mais generalizado que o complemento de renda ou o consumo dos cosméticos, perpassa pelo imperativo de flexibilização, proatividade e ameaça de descartabilidade social – e é nesse contexto que se verifica a coexistência entre o “velho” e o “novo” no mundo do trabalho, pois, ainda que o

<sup>1</sup> Universidade Federal de Santa Maria. Av. Roraima, 1000, Bairro Camobi, 97015-900, Santa Maria, RS, Brasil.

<sup>2</sup> Ao traçar o perfil das revendedoras, Abílio (2014) identifica perfil heterogêneo, que dividiu em três grandes grupos – revendedoras de classe média; revendedoras de baixa renda da classe trabalhadora e revendedoras da elite paulistana. A autora traz os dados de que, em 2009, 43% das revendedoras *Natura* eram oriundas da classe C e 46% da classe B, indicando que “o empreendedorismo informalizado não é exclusivo das classes de baixo rendimento” (Abílio, 2014, p. 92).

<sup>3</sup> A autora constata que o número de revendedoras cresce significativamente a cada ano – estima-se que, anualmente, uma média de 200 mil pessoas somam-se a esse contingente (ver Abílio, 2014, p. 14).

<sup>4</sup> Entrevista com Ludmila Costhek Abílio – *Sem maquiagem: o make up do trabalho* ([https://www.youtube.com/watch?v=0Aedh\\_2YHzU](https://www.youtube.com/watch?v=0Aedh_2YHzU)).

SVD não seja recente, ele assume uma nova roupagem e atualiza antigas formas de exploração do trabalho. Tal situação pode ser comprovada na medida em que essa modalidade de trabalho é desprovida de regulações públicas, não havendo, propriamente, uma forma-trabalho reconhecida: por conseguinte, a relação da empresa com as vendedoras, no SVD, baseia-se na ausência de vínculos empregatícios, de forma que, juridicamente, são reconhecidas como "vendedoras ambulantes".

A questão de fundo é que a mistura de antigas e novas formas de exploração do trabalho, a exemplo do SVD, possui uma relação direta com a acumulação, ou seja, reitera a lógica da exploração do trabalho e acumulação capitalista. Nesse ensejo a autora aborda a centralidade do trabalho para a acumulação capitalista e, ao resgatar a centralidade do trabalho, estabelece crítica às teorias de trabalho imaterial – baseadas no entendimento de que, atualmente, o impalpável/intangível (conhecimento, marcas, patentes) orientaria a acumulação. A perspectiva de Abílio (2014) é a de que se trata "mais de uma invisibilidade social que o trabalho adquire e menos de sua perda de centralidade para a acumulação" (Abílio, 2014, p. 128) e, para isso, toma como referência seu próprio objeto de análise, a saber, o trabalho não reconhecido e desprotegido de 1 milhão de revendedoras – que está diretamente relacionado com a geração de lucro para uma empresa. A autora argumenta, assim, que a exploração no trabalho é notória, entretanto, está banalizada tanto social quanto teoricamente.

O presente cenário permite que Abílio (2014) analise a estreita relação entre o sistema de vendas diretas e o trabalho feminino, considerando que a grande maioria das consultoras são mulheres e menos de 5% da força de vendas é composta por homens. Tendo como referência a constituição histórica do trabalho feminino – marcado pelo trabalho doméstico, por baixas remunerações e desproteção – a autora entende que o SVD é uma expressão tanto da flexibilização do trabalho quanto da forma como essa flexibilização está associada a características precárias do trabalho feminino. Estas características vão ao encontro de uma demanda atual que implica a indistinção entre tempo de trabalho e não trabalho e a ampliação do tempo de trabalho não pago.

Considerando que a análise é centrada nas revendedoras Natura, uma empresa de cosméticos brasileira com projeção internacional, a questão da marca ou do "poder" da marca no contemporâneo também é abordada e, nesse aspecto, a discussão é pautada considerando a contraposição entre as teorias da centralidade da marca como valor imaterial para a acumulação e as teorias da dominância financeira da acumulação. O entendimento de Abílio (2014) é ancorado nesta última, na medida em que considera a marca "o que hoje torna reconhecível o movimento do capital portador de juros" (Abílio, 2011, p. 13). Para a autora, a marca torna-se uma espécie de expressão das garantias da valorização real para as demandas de valorização financeira – demandas e garantias que têm consequências muito reais na vida dos trabalhadores.

Dentre essas "consequências reais na vida dos trabalhadores" está a precarização do trabalho. Chama-se, então,

atenção para uma "invisibilidade explícita", ou seja, a despeito das formas de exploração do trabalho no contemporâneo (que, como mencionado, muitas vezes são atualizações de antigas relações de exploração), há uma banalização desta exploração. Conforme Abílio (2014), esse fenômeno estaria associado à perda de formas de trabalho, tornando complexo o reconhecimento da exploração em relações que nem sempre são definidas como de trabalho. A ausência de formas não pode, contudo, ser confundida com a ausência de controle – a questão aqui é que o controle se adequa à informalidade e atua através de métodos menos reconhecíveis. Trazendo essa questão para o seu objeto de pesquisa, a autora argumenta que o trabalho das revendedoras permite visualizar a invisibilidade social e teórica do trabalho a partir dessa dupla perspectiva.

Nesse sentido, percebe-se que a precarização, no trabalho das revendedoras, apresenta-se de várias formas: na inexistência de uma forma contratual, que implica perda da forma-trabalho; na privação de uma identidade profissional; na ausência de qualquer responsabilidade da empresa sobre suas revendedoras; na dificuldade de distinguir entre horas de trabalho e não trabalho; de precisar quanto ganham com as vendas; de alcançar a pontuação mínima de pedidos – que faz com que as vendedoras, que também são consumidoras, acabem acumulando pequenos estoques e, sobretudo, no próprio SVD, que expressa a realidade da flexibilização. Sobre isso, a autora pontua:

*As condições precárias das consultoras estão explícitas e banalizadas, algo que se expressa tanto na "força da marca" como no fato de que as mesmas consultoras que lidam com calotes e baixa remuneração permanecem não só vendendo como também consumindo os produtos (Abílio, 2014, p. 167).*

No momento em que o SVD atualiza novas formas de exploração do trabalho, estabelece-se uma nova forma de adesão a este – dando origem a um trabalho que tem cada vez menos limites. Essas questões reiteram a argumentação central da autora, a respeito da centralidade do trabalho para a acumulação capitalista: assim, compreende que o trabalho vivo não está diminuindo, mas, ao contrário, "[...] trabalha-se mais, mais intensamente, em meio a formas antigas e a inéditas ausências de forma" (Abílio, 2014, p. 208).

Tendo em vista todas essas questões levantadas, o que faz com que milhares de mulheres optem por se tornarem consultoras de vendas, sob o sistema de vendas diretas? Mais que isso, o que faz com que o número de revendedoras tenha um crescimento substancial anualmente? A conclusão perpassa por quesitos socioeconômicos: atualmente, o acesso ao mundo do trabalho e do consumo não tem público definido (o perfil heterogêneo das revendedoras denuncia isso), demandando, nas palavras da autora, a "plena atividade", que está intrinsecamente relacionada à falta de direitos, intensificação e extensão do tempo de trabalho.

Em síntese, o livro "Sem maquiagem: o trabalho de um milhão de revendedoras de cosméticos" tem especial relevância,

sobretudo por abordar o tema de maneira original, chamando atenção para a exploração de um trabalho que passa como invisível. Como pontua Ursula Huws<sup>5</sup> na orelha do livro, essa temática foi, durante muito tempo, ignorada em pesquisas – ratificando a “invisibilidade teórica” que permeia a banalização da exploração no trabalho. Abílio (2014), ao mesmo tempo em que aborda a situação das revendedoras Natura, estabelece um debate sobre importantes transformações no mundo do trabalho e como isso se apresenta em um país em desenvolvimento como o Brasil.

Outro ponto que confirma a significância do trabalho de Abílio é que, no Brasil, houve crescimento do trabalho formal na última década. Esse crescimento, acompanhado de redução do trabalho informal, acarretou uma mudança de foco e houve

maior atenção à formalidade no mundo do trabalho. A autora, através de um estudo de caso, mostra como a informalidade – constituinte do mercado de trabalho no país – permanece ocupando espaço significativo e encorpando o contingente de trabalhadores precarizados.

## Referências

ABÍLIO, L.C. 2011. *O make up do trabalho: uma empresa e um milhão de revendedoras de cosméticos*. Campinas, SP. Tese de Doutorado. Universidade Estadual de Campinas, 308 p.

Submetido: 23/11/2015

Aceito: 28/01/2016

<sup>5</sup> Professora de Estudos Internacionais do Trabalho da Universidade Metropolitana de Londres.