

# Sem maquiagem: o trabalho de um milhão de revendedoras de cosméticos

LUDMILA COSTHEK ABÍLIO

São Paulo: Boitempo Editorial, 2014, 240p.

Thaís Lapa\*

O livro de Ludmila Abílio é permeado pela “demaquilação” de relações ocultadas e pela visibilização da exploração do trabalho das revendedoras de produtos Natura. A afirmação da atividade de revenda como trabalho e seu papel no processo de acumulação capitalista da empresa são o fio condutor da obra, que permite conhecer elementos da estratégia capitalista contemporânea para comando das relações de trabalho. Abílio discute temas centrais para o entendimento do trabalho na atualidade, como a precariedade, a flexibilização e a subjetividade. De modo original e fornecendo consistentes subsídios para a compreensão do trabalho informal, desvela conexões e coproduções entre trabalho, circulação e consumo.

No primeiro capítulo, Abílio mostra que a venda e o consumo dos produtos Natura são realizados por mulheres (95%) de distintas classes sociais, embora predominem as de baixa renda. As características da atividade, ricamente exploradas a partir de entrevistas com consultoras, mostram seu trabalho “demaquilado”: inexistente vínculo empregatício com a empresa e sua atividade de comércio é categorizada legalmente como Sistema de Vendas Diretas (SVD), o que as coloca na mesma condição de informalidade que vendedores ambulantes. É um trabalho marcado pela ausência de forma definida e de regulação pública. Ademais, a empresa transfere os riscos às consultoras, que garantem a realização da merca-

---

\* Doutoranda em Ciências Sociais pela Unicamp. E-mail: thaís\_lapa@yahoo.com.br.

doria, produzida apenas quando já encomendada (sistema *just in time*). Mesmo sem vendê-las, devem fazer pedidos para se manter ativas, arcam com calotes e acumulam estoques, riscos com os quais devem lidar com “espírito empreendedor”: para garantir vendas, chegam a servir de “vitrine” dos cosméticos. Não há clareza para elas sobre o tempo despendido e a remuneração obtida na revenda. Segundo Abílio, muitas estão no limiar entre “trabalhar para consumir” e “pagar para trabalhar”. Sobre tais riscos é construída a estabilidade da Natura.

No capítulo II, as revendas são analisadas no contexto das novas formas de desregulação do trabalho. O SVD se atualizou e está crescendo. Esse recurso é combinado a estratégias de controle do trabalho por meio do “envolvimento” – aparentemente efetivas, pois já houve redução dos processos trabalhistas contra a Natura por reconhecimento de vínculo empregatício (p.56). Abílio discute como o desmonte do trabalho regulado afeta o informal, em um neoliberalismo sob regime de *dominância da valorização financeira*. Nele, a desigualdade social se acentua, instrumentos de resistência coletiva são combatidos para dar lugar a saídas como o “empreendedorismo de si” – onde situa o trabalho informal das consultoras. Embora sob condição rebaixada, seu trabalho não está à margem, mas integrado às modernas formas de acumulação. No período neodesenvolvimentista brasileiro, Abílio identifica que o maior acesso ao consumo da classe trabalhadora foi notável no segmento de produtos cosméticos e de higiene pessoal. A autora não trata, entretanto, do sexo dessa classe com maior poder de consumo e da especificidade dos produtos cosméticos, de valor de uso também realizado eminentemente por mulheres.

No capítulo III é analisada a relação entre trabalho invisível e precário e a visibilidade da marca Natura. Abílio discute, a partir dos conceitos marxianos *trabalho abstrato e fetiche da mercadoria*, o “poder da marca” sob economia financeirizada. A ocultação do trabalho e de sua condição precária e explorada é contrastada com a fetichização da acumulação, que aparenta se realizar “por meio de um capital que se autovaloriza desprendido de bases materiais” (p.96). O papel da marca seria, em verdade, o de dar uma unidade fictícia entre “capital, trabalho e consumo”, assim como de “agregar valor” aos produtos. A marca é analisada, assim, como “expressão das garantias de valorização real para as demandas de valorização financeira” (p.119). Ao discutir o poder da marca que oculta o trabalho, Abílio analisou cadeias produtivas internacionais de outros setores produtivos com segmentação marca-manufatura. Mas ficou pouco claro o papel da força da *marca Natura* que *não desvincula marca da produção*. Isso demonstraria a magnitude do poder da marca, que mesmo sem se dissociar, é eficaz em invisibilizar as relações de produção?

O capítulo IV discute o trabalho das consultoras na organização pela dispersão. Fragmentadas, teriam a marca como elo de “unidade fenomênica”. Abílio aponta para uma nova racionalização do trabalho, a “mcdonaldização”, que renova e homogeniza o controle da produção e do consumo. Afirma que na Natura a

organização na dispersão é reconhecível, mas “é difícil visualizar o controle em ato” (p.145). A “rigidez dos boletos” é colocada como exemplo formal central de controle, combinada a fatores informais de regulação da revenda e internalização do controle, entre eles a redução da própria comissão pelas consultoras em nome da necessidade de manter pontuações de venda. A organização pela dispersão explica a relação trabalho-consumo: há transferência de procedimentos para o consumidor (testes, marketing, melhoria de produtos), reunidos pela empresa como “gestão de multidões” que contribui com sua alta lucratividade. A indistinção entre venda e acesso a consumo barateado, a pouca rentabilidade e a ampla disponibilidade de uma “multidão produtiva” a fazem categorizar a revenda como “trabalho amador”. Ademais, Abílio mostra que a estratégia de ocupação de todo o tempo como *potencial tempo de trabalho* resulta em *mais trabalho* (extensivo e intensivo), o que provoca agravamento do sofrimento e do envolvimento ao trabalho – análise que Abílio conecta com o trabalho terciário das revendedoras: imerso em riscos, insegurança, intensificação, é *trabalho além do trabalho*.

No capítulo V, a autora trata da relação entre acumulação, informalidade e o trabalho das revendedoras. O trabalho, em expansão por apropriar-se dos tempos de não trabalho, está em um novo estágio de subsunção ao capital (p.189). A autora evoca em bases marxistas a existência de produtividade em trabalhos de serviços, uma vez que trabalho subsumido ao capital e que gera lucros para o capitalista seria produtivo. Contudo, não enquadra as consultoras nessa categoria: seu trabalho é enquadrado inteiramente na esfera da circulação, conectado à produção. Abílio tenta responder “como, com a exploração deste trabalho, a empresa economiza significativamente em custos de circulação, garante a realização do valor e obtém sobrelucros no seu setor”? (p.211). E vai a fundo na análise que resulta em pensar em termos de exploração trabalhos realizados na esfera da circulação – evoca que consultoras podem estar até pagando pelo próprio trabalho. Abílio conclui que multidões produtivas ou improdutivas (de mulheres em *plena atividade*) são centrais na acumulação para a empresa Natura, tanto na geração de valor, em sua realização, como na redução de custos.

O livro é denso, instigante e traz importantes descobertas e reafirmações. A persistência renovada do comando capitalista sobre o trabalho, o imperativo do trabalho vivo sob controle do capital para a acumulação, trazendo o papel do trabalho informal nesse processo, são algumas de suas riquezas. Teria sido interessante uma abordagem menos sociográfica sobre a divisão sexual do trabalho das consultoras e sua relação com o trabalho informal. Mas o principal que se extrai é a valorosa reflexão de que, para constituir renovadas resistências, é incontornável evidenciar as novas formas de contradição, cada vez mais maquiadas, do trabalho no capitalismo.

**Palavras-chave:** informalidade, exploração, trabalho feminino, revendedoras Natura.

CONSULTE A BIBLIOTECA VIRTUAL DA *CRÍTICA MARXISTA*

<http://www.ifch.unicamp.br/criticamarxista>

# CRÍTICA marxista

*A crise atual do capitalismo*  
DOSSIÊ

**Crise ecológica e socialismo**  
Victor Wallis

**Forças produtivas em Marx**  
Claus M. Germer

**Leituras de Gramsci**  
Bob Jessop

**Sobre *O capital***  
Rosa Luxemburgo

# 29