

RESENHA



O fetichismo do trabalho não pago

ABÍLIO, L. C. *Sem maquiagem: o trabalho de um milhão de revendedoras de cosméticos*. São Paulo: Boitempo. 2014. 240p.

Mariana Costa Carvalho*

O livro, publicado em 2014, é resultado de uma rica pesquisa realizada no Doutorado em Ciências Sociais, em 2012, na Universidade Estadual de Campinas. O texto, organizado em cinco partes, dotado de polêmica, provocação e maturidade teórica, reflete sobre a trajetória da socióloga Ludmila Costhek Abílio e seu objeto de pesquisa: o trabalho informal no Brasil, mais especificamente as ocupações que nem sempre são reconhecidas como trabalho.

Para tanto, a pesquisa teve como foco a empresa do ramo de cosméticos e higiene pessoal conhecida como Natura, uma das mais reconhecidas e bem sucedidas empresas do país, que tem suas vendas sustentadas por um exército de mais de um milhão de revendedoras, maioria mulheres, denominadas consultoras. Esse montante de revendedoras cresceu nos últimos anos, pois em 2007 eram apenas 400 mil. Isto demonstra o impacto dessa modalidade de comercialização da empresa no contexto da crise capitalista, como uma *fábrica difusa* que potencializa a exploração do trabalho sob o fetiche da troca de mercadorias e da indústria ambientalmente moderna, sustentável e internacionalizada.

A pesquisa analisou as relações flexíveis estabelecidas no mercado, entre as consultoras e a empresa. Materializadas através do Sistema de Vendas Direta (SVD), prescindem de vínculo empregatício ou jornada de trabalho definidos. As consultoras da Natura, ao serem incentivadas a conhecer e estocar produtos, arcam com os riscos da estocagem e da inadimplência, e assumem duplas e concomitantes jornadas de trabalho que, muitas vezes,

* Graduada e Mestre em Serviço Social pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), doutoranda em Serviço Social pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (PPGSS/FSS/Uerj) e bolsista da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes).

ocorrem de forma imbricada com outras atividades. A revenda possui como característica a complementação da renda principal, sem constituir identidade profissional e sem garantia trabalhista, apontando para o aprofundamento da precarização. Acrescenta a pesquisa o fato de que muitas mulheres se tornam revendedoras para consumirem, maquiando a relação de trabalho existente.

Para a coleta de dados empíricos sobre esse trabalho invisível, foram realizadas entrevistas com as revendedoras da empresa, além de ter havido participação em reuniões, realização de visitas técnicas e investigação de documentos sobre o SVD. Observa a autora que o incremento desse modo de comercialização possui estreita relação com o desemprego e com a flexibilização do trabalho e da produção. Isto porque a ausência de formas de trabalho socialmente estabelecidas, como nas revendas, insere-se na problematização da descartabilidade social a partir da constituição de um imenso contingente de trabalhadores informais que compõe as redes de produção e de acumulação.

A atividade das consultoras, por estar longe do chão das fábricas, distancia-se da possibilidade de interpretação clássica do trabalho que o associa, de forma imediata, à extração de valor excedente no processo produtivo. No entanto, essa maquiagem é desvelada pela autora por meio da relação entre flexibilização e novas formas invisíveis de exploração, a exemplo das revendas, que se realizam na circulação, mas estão conectadas à produção. A exploração deste trabalho possibilita uma significativa economia de custos de circulação para a empresa, garantindo a realização do valor e, ainda, a obtenção de sobre lucros no setor.

Como pressupostos, a autora parte, primeiro, de um cenário materializado pela histórica polivalência precária dos trabalhadores brasileiros, chamada de “viração”, como alusão à nomenclatura dada pelos próprios trabalhadores que “se viram” nas atividades mais deficientes para comporem a renda de sustento de vida.

Segundo, que as atividades de venda não necessariamente, são reconhecidas como trabalho, pois não são representadas pelas formas tradicionais e nem possuem regulação pública. Implicitamente, existe relação entre a nova gestão de uma multidão de pessoas ativas e polivalentes e a acumulação.

Terceiro, a constatação de que, no contexto, a classe trabalhadora está menos presente nas fábricas e retorna ao trabalho em domicílio em condições precárias, através da combinação entre o discurso do empreendedorismo e a pressão para o aumento da produtividade. Recorrendo à análise marxista, a autora destaca o salário por peça como importante mediador das metas e bônus dessa nova organização do trabalho.

Quarto, a autora sistematiza que as atividades pesquisadas são organizadas através da dispersão, com revendas espraiadas e sem predefinições, nas quais o controle do trabalho assume “um novo grau”, espécie

de “esteira de fábrica internalizada”, levando a um novo envolvimento subjetivo do trabalhador. No caso da Natura, essa organização dispersa se realiza na distribuição, mesmo estando diretamente ligada à produção, ou seja, a esteira da fábrica e o exército de mulheres revendedoras estão essencialmente conectados por fios invisíveis.

Para a construção dessa perspectiva de análise sobre o trabalho pós-crise de 1970 no contexto global do neoliberalismo, a autora estabelece diálogos, dentre outras teses, com a compreensão de imbricação entre o trabalho informal e as cadeias de produção, discutida por Francisco de Oliveira. Além deste, com a associação entre fordismo e sociedade salarial, de Robert Castel; com a perspectiva de dominância da valorização financeira no trato das políticas públicas, trabalhada por François Chesnais; com os novos contornos da relação Estado-capital-trabalho em contexto mundial, abordado por David Harvey; com a perspectiva da superurbanização, de Mike Davis; com a ameaça de descartabilidade e degradação do trabalho, nos termos de Harry Braverman; e com a apresentação dos dados de pesquisas sobre precarização e desemprego, de Marcio Pochmann.

Tais referências constituem-se em interlocuções férteis para auxiliar na identificação de elementos típicos da informalidade, como a extensão do tempo de trabalho, a intensificação deste e o sofrimento que gera.

Os resultados da pesquisa apontaram para o que a autora definiu como “plena atividade”, termo utilizado para caracterizar situações em que, simultaneamente, as pessoas trabalhem durante mais tempo, com maior intensidade e em formas que, frequentemente, não são reconhecidas como trabalho ou contabilizadas como tal. O exército de consultoras em “plena atividade”, “se viram” numa luta cotidiana pela garantia da renda. Essa realidade é verificada pela combinação das vendas dos produtos Natura com ocupações informais ou trabalho formal de baixas e altas remunerações, corroborando para invisibilidade da venda como forma de trabalho, muito embora seja ela a realização final do valor na cadeia da Natura.

Na plena atividade, é comum o não reconhecimento do trabalho realizado pelas revendedoras, levando a uma “visibilidade obscurecida” e, como consequência, à “invisibilidade social” pelo não reconhecimento da exploração neste ofício. No caso das vendas, sendo a maioria das consultoras mulheres, aponta-se a existência de relação entre o universo feminino e a construção de novas formas de trabalho.

É possível que a plena atividade se potencialize em uma visibilidade invertida, a partir do relevante papel da marca, considerada pela autora como fetichismo da mercadoria, uma vez que as adversidades vividas pelas trabalhadoras informais não se conectam à imagem da Natura, vista como empresa de valores éticos e cidadãos.

A estrutura das campanhas da Natura abarca a política da empresa de relação responsável entre produção e ambiente, e investe no incentivo

à autoestima das mulheres. Desse modo, a mensagem veiculada pela marca é de responsabilidade com a natureza, e na qual as próprias consultoras, ao se tornarem consumidoras, transformam-se em propagandas dos produtos.

A perspectiva adotada na pesquisa é de que o receio do desemprego leva a uma imobilização política dos trabalhadores na contemporaneidade ao mesmo tempo em que provoca a mobilização produtiva. O cenário é, portanto, de intensificação do trabalho e da não diminuição do trabalho vivo, discordando das teses que defendem o fim dessa atividade nas últimas décadas.

Sem maquiagem: o trabalho de um milhão de revendedoras de cosméticos marca a trajetória da autora na discussão sobre o trabalho no âmbito das Ciências Sociais, sendo uma leitura imprescindível para os estudiosos do tema. Com a realização de excelente pesquisa e um rigoroso domínio dos elementos de caracterização, a análise busca desnaturalizar as novas práticas que permeiam e organizam o mundo trabalhista.

A pesquisa demonstra que o desaparecimento da exploração nas novas formas de trabalho é resultado de uma invisibilidade crescente da própria exploração, o que seria, portanto, a “verdadeira maquiagem” do trabalho.