

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS
CENTRO DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS

GIULIA BICUDO GONÇALVES OLIVA

O CAPITALISMO COR DE ROSA: O TRABALHO INFORMAL DAS
REVENDEDORAS DE PRODUTOS MARY KAY

São Carlos

2024

GIULIA BICUDO GONÇALVES OLIVA

O CAPITALISMO COR DE ROSA: O TRABALHO INFORMAL DAS
REVENDEDORAS DE PRODUTOS MARY KAY

Trabalho de conclusão de curso apresentado
como requisito para a obtenção do título de
Bacharel em Ciências Sociais pela
Universidade Federal de São Carlos.

Orientador: Prof. Fabio Bechara Sanchez

São Carlos

2024

AGRADECIMENTOS

Primeiro, agradeço ao Prof. Fábio Bechara Sanchez, por ter me orientado neste trabalho e por toda paciência e carinho que recebi durante meu processo de escrita.

Agradeço ao departamento de Sociologia e de Ciências Sociais, por ter me proporcionado uma graduação exemplar.

Agradeço aos meus colegas de turma Gabriela Alvarenga, Rafaela Tocchio e Raisal Cortez, pelo suporte e pela jornada durante nossa formação.

Agradeço ao Leonardo Elias Luz, porque sem suas conversas e monitorias da madrugada eu não teria ido até o final da graduação.

Agradeço à República Metilaminas, por ter sido minha casa e ter me proporcionado laços profundos nesta fase da minha vida.

Agradeço à Renata Bottino, por ser quase responsável pela escolha da UFSCar, por ter vivido boa parte da minha vida ao meu lado e ter permanecido.

Agradeço ao Alexandre Benetton, por ser um parceiro incrível e ter me dado tanto o suporte e companheirismo.

Agradeço à minha mãe, por ser a minha referência e a pessoa exemplar que me permitiu estar aqui hoje.

Agradeço ao meu avô, por ter me ensinado a amar as Ciências Sociais e o conhecimento.

Agradeço ao meu pai, que garantiu as conversas necessárias nos momentos certos.

Agradeço à minha avó, por todo o carinho e cuidado que sempre teve comigo.

E, por fim, agradeço a mim por concluir uma das melhores fases da minha vida.

RESUMO

O presente estudo parte da questão da informalidade do trabalho e do trabalho informal feminino. Através de uma observação participante dentro de uma Unidade de Vendas da empresa Mary Kay, foi realizada uma etnografia das reuniões e convivência das revendedoras a fim de entender como os desdobramentos do trabalho informal afetam, em maioria, as mulheres. Com uma retomada bibliográfica do trabalho informal e trabalho informal feminino, conjuntamente de uma análise dos relatos etnográficos da Unidade de Vendas, notou-se uma presença maior de mulheres no mercado informal em decorrência da necessidade de se ocupar cargos flexíveis para garantir o sustento e a manutenção da família. Assim, o trabalho explorou temas como a viração no mercado de trabalho, a divisão sexual do trabalho e as consequências da informalidade, a fim de dar luz a um tema recorrente na Sociologia do Trabalho, mas através da lente de gênero.

Palavras-Chave: Trabalho Informal, Trabalho Informal Feminino, Viração

ABSTRACT

The present study revolves around the issue of informality in employment, particularly focusing on informal work carried out by women. Through participant observation within a Sales Unit of the Mary Kay company, an ethnography of the meetings and interactions among the sales representatives was conducted to comprehend how the implications of informal work predominantly impact women. By revisiting the literature on informal employment and informal female labor, coupled with an analysis of ethnographic accounts from the Sales Unit, a greater presence of women in the informal market was observed due to the necessity of engaging in flexible positions to ensure financial support and family maintenance. Thus, the study delves into themes such as survival in the job market, the gendered division of labor, and the consequences of informality to shed light on a recurring topic in Labor Sociology, through the gender lens.

Keywords: Informal Labor, Informal Female Labor, Gig Economy.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	6
1.1 PROCEDIMENTOS DE PESQUISA.....	7
2 A INFORMALIDADE DO TRABALHO.....	8
2.1 UMA BREVE RETOMADA CONCEITUAL.....	8
2.2 O CONCEITO DE INFORMALIDADE.....	11
2.3 A UBERIZAÇÃO E A VIRAÇÃO.....	13
3 A EMPRESA MARY KAY COSMETICS.....	16
3.1 A HISTÓRIA DA EMPRESA.....	16
3.2 MARY KAY E O SISTEMA DE VENDA DIRETA.....	17
3.3 O SISTEMA ORGANIZACIONAL DA MARY KAY.....	18
4 A INFORMALIDADE FEMININA E A VIVÊNCIA DAS REVENDEDORAS DA UNIDADE PINK.....	22
4.1 A VIVÊNCIA DAS REVENDEDORAS MARY KAY NA UNIDADE PINK: UMA PERCEPÇÃO ETNOGRÁFICA.....	22
4.2 O TRABALHO FEMININO.....	25
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	29
REFERÊNCIAS.....	30

1 INTRODUÇÃO

A indústria de cosméticos, uma das maiores no Brasil, tendo alcançado R\$124,5 bilhões em vendas em 2021 segundo Statista (portal de dados e estatísticas da FGV), é um mercado onde mulheres desempenham papéis cruciais, devido ao apelo de gênero da área. Além disso, a informalidade do trabalho é uma constante nas empresas da área, que adotam modelos de Vendas Direta para garantir maiores lucratividades, como as empresas Mary Kay, Natura e Boticário.

A história das relações de trabalho feminino está entrelaçada com a evolução dos sistemas econômicos. Refletindo sobre períodos históricos, como a transição do feudalismo para o capitalismo, percebe-se a desvalorização e repressão das práticas tradicionalmente associadas às mulheres. Hoje, o cenário contemporâneo do trabalho informal na indústria de cosméticos ecoa essa subvalorização, perpetuando desigualdades e restrições para as mulheres que nele trabalham.

Este estudo busca mergulhar nesse universo do trabalho informal feminino na indústria de cosméticos, tendo como base uma análise da empresa Mary Kay Inc, fundada em 1963 e destaque pelo seu próprio modelo de vendas diretas e incentivo ao empreendedorismo feminino. Dentro desta empresa, a informalidade feminina passou a ser a base de trabalho, na qual conta com o sistema de divisão sexual do trabalho para perpetuar os lucros e a rede de trabalhadoras.

Assim, o presente trabalho irá fazer uma breve retomada da história do trabalho até o surgimento do trabalho informal contemporâneo, uma retomada sobre a discussão acerca da nomenclatura do fenômeno e os processos de informalidade modernos, uberização e viração.

Em seguida, o trabalho entra no "universo rosa" da Mary Kay (cor referência da marca), trazendo a história da empresa, seu funcionamento com Sistema de Vendas Diretas e o modelo de pontuação e recompensa da marca.

O estudo tem como foco uma análise do trabalho informal feminino, sua história até a modernidade e porque o "flex" é considerado feminino, para usar palavras de Ludmila Abílio (2014).

Para o estudo, foi realizada uma vivência etnográfica em uma unidade da empresa Mary Kay, que serviu para a fim de trazer luz ao tema e à problemática da realidade das "viradouras" no Brasil.

1.1 PROCEDIMENTOS DE PESQUISA

O presente trabalho contou com dois métodos de análise: revisão bibliográfica e etnografia.

A revisão bibliográfica buscou abordar a questão do trabalho informal na sociedade contemporânea e o porquê das mulheres possuírem grande participação neste setor.

Já a etnografia foi fruto de uma convivência de 02 anos com a Unidade Pink (nome alterado para preservação das identidades) da Mary Kay. Essa unidade conta com diretoras e revendedoras que, diariamente, trocam mensagens no grupo de whatsapp e, semanalmente, se reúnem para reuniões de equipe.

Dentro dessa vivência, foi possível criar relatos etnográficos sobre a realidade dessas mulheres, com observação participante (Ataídes *et al.* 2021). Assim, os relatos serão utilizados para contextualizar e dar luz à realidade de milhões de brasileiras revendedoras de cosméticos.

2 A INFORMALIDADE DO TRABALHO

2.1 UMA BREVE RETOMADA CONCEITUAL

No final do século XIX e início do século XX, a segunda revolução industrial acontece, e traz inovações tecnológicas para o sistema produtivo, como a energia elétrica, petróleo e aço. É neste período denominado “The Gilded Age” ou “A idade de ouro”, que o mito do *self-made man* encontra forças na sociedade protestante dos EUA, cenário social descrito por Weber em *Ética Protestante e Espírito do Capitalismo* (2007) e ganha amplitude, com nomes como Rockefeller, Carnegie e Vanderbilt (Reynaert, 2022).

Porém, as organizações sociais e o movimento sindical continuam em luta. É em 1886, no dia 01 de Maio, que os sindicatos de Chicago organizaram greves em favor de jornadas de 8 horas (Reynaert, 2022).

Com um cenário de mudanças estruturais no sistema produtivo e pressão dos movimentos sindicais, o modelo Fordista de produção começa em 1914.

A data inicial simbólica do fordismo deve por certo ser 1914, quando Henry Ford introduziu seu dia de oito horas e cinco dólares como recompensa para os trabalhadores da linha automática de montagem de carros que ele estabelecera no ano anterior em Dearborn, Michigan. Mas o modo de implantação geral do fordismo foi muito mais complicado do que isso (Harvey, 1992. p. 121).

Inspirado pelo trabalho “Os princípios da administração científica”, de Taylor (1990), que descreve a “separação entre gerência, concepção, controle e execução” (Harvey, 1992, p.121), e por outras modificações que já aconteciam na época, Ford implantou um sistema de produção em massa a fim de aumentar a produtividade por parte dos trabalhadores.

Essa nova abordagem fabril dividiu as tarefas em etapas simples e repetitivas, permitindo a produção em larga escala de produtos padronizados. Os trabalhadores, antes responsáveis por uma variedade de funções, passaram a desempenhar tarefas específicas em uma linha de montagem, alienados de seu trabalho.

Mas o que somente Ford foi capaz de reconhecer é que produção em massa significava consumo em massa. E, para que isso ocorresse, o modelo fordista implantou uma jornada de 8 horas com salário fixo para o trabalhador. Assim, haveria tempo e dinheiro para o consumo.

Tal modelo de salário teve impactos significativos na sociedade. O que era produzido, também era consumido pelo operário, que se tornou o “consumidor fordista” (Abílio, 2014, p. 62). Mas além do consumo, o salário trouxe garantias sociais ao trabalhador e transformou a sociedade em uma sociedade assalariada com um Estado social ancorado neste sistema.

Uma parte do salário escapa, de agora em diante, às flutuações da economia, e representa uma espécie de propriedade para a seguridade, nascida do trabalho e disponível para situações de fora do trabalho: a doença, o acidente, a velhice. O Estado social é colocado, em vista disso, no coração do dispositivo salarial. Assim, se impôs como a terceira instância que desempenha o papel de mediador entre os interesses dos empregadores e dos empregados (Castel, 1998, p. 485, grifo do autor).

A inovação de Ford, responsável pelo sucesso do modelo, foi a implantação de um modelo que produzia em massa para que houvesse consumo em massa, que propõe uma nova política de controle do trabalho e um novo tipo de sociedade.

O fordismo será aqui então compreendido como uma nova forma de controle sobre o trabalho, forma esta pensada em um sentido amplo, associando os métodos tayloristas de produção com extensão de assalariamento, crescimento econômico e seguridade social (Abílio, 2014, p. 61).

Este modelo passa a se transformar a partir da década de 1970, quando passa-se a formar uma nova relação entre Estado, capital e trabalho. O cenário social da época é de uma crise inflacionária que ficou conhecida como “estagflação”.

Harvey (1992) observa que esta inflação era, em parte, resultado dos altos custos de produção, especialmente devido aos aumentos salariais significativos e à pressão inflacionária decorrente da disputa entre trabalhadores e empregadores por uma fatia maior do produto nacional.

Essa estagflação, juntamente com outras questões econômicas e políticas da época, levou a uma reestruturação fundamental no sistema capitalista. Os modelos de acumulação fordista, baseados na produção em massa, controle vertical da produção e relações de trabalho estáveis, tornaram-se insustentáveis devido à crise.

Assim, a racionalidade neoliberal emerge (Dardot; Laval, 2016) e ocorre uma redução drástica da intervenção do Estado na economia, enfatizando a importância da livre concorrência, da desregulamentação e da liberalização dos mercados como meios para alcançar um crescimento econômico sustentável.

O governo de Margareth Thatcher e Reagan são grandes exemplos das novas políticas. “Salvar a economia independente dos custos sociais” era a diretriz da nova política. Privatização das empresas públicas, políticas monetárias sem desenvolvimento social, desregulação do trabalho, a racionalidade neoliberal se consolidou no sistema produtivo.

Para Harvey, explicitamente é possível compreender o neoliberalismo em termos de um rearranjo do poder - e dos lucros - das classes dominantes (Abílio, 2014. página 66).

Assim, como bem analisou os autores Gérard Duménil e Dominique Lévy em “O neoliberalismo sob a hegemonia norte-americana” (2005), o novo sistema econômico rompe com o modelo Fordista de produção e destrói o compromisso keynesiano com as classes assalariadas para liberar as “finanças que estavam reprimidas”.

A financeirização do sistema capitalista (a busca excessiva pelos lucros financeiros em detrimento da produção real) abre espaço para a concentração de renda, mas também para o deslocamento da relação capital-Estado-trabalho. As finanças passam a dominar o desenvolvimento econômico e, portanto, a influenciar a privatização de estatais e a desregulamentação do trabalho.

Com a nova racionalidade, o trabalho passa a seguir as demandas do mercado. “O futuro do trabalhador agora pode depender diretamente do desempenho do mercado financeiro” (Abílio, 2014, p. 70).

Surge então o que Harvey (1992) define como o modelo de acumulação flexível. A acumulação, processo pelo qual o capitalismo, e seus lucros e controles, se expandem, passa a ser “flexível” para se adaptar às novas demandas do mercado.

Essa flexibilidade se traduz em uma série de práticas, como a terceirização, a contratação temporária, a redução de custos fixos e a fragmentação das cadeias de produção. A lógica subjacente é a maximização da eficiência e da adaptabilidade às flutuações do mercado, permitindo uma resposta mais rápida a mudanças na demanda e na concorrência, fruto do triunfo da lógica neoliberal no final do século XX.

Diante da forte volatilidade do mercado, do aumento da competição e do estreitamento das margens de lucro, os patrões tiram proveito do enfraquecimento do poder sindical e da grande quantidade de mão de obra excedente (desempregados ou subempregados) para impor regimes e contratos de trabalho mais flexíveis (Harvey, 1992, p. 143).

E é a partir dos anos 90 que vemos uma queda nos contratos consolidados de trabalho e um crescente nos modelos de trabalho considerados flexíveis e informais. Segundo a Organização Internacional do Trabalho (OIT), entre 1991 e 2019, o número de trabalhadores informais no mundo cresceu de aproximadamente 1,2 bilhão para mais de 2 bilhões.

2.2 O CONCEITO DE INFORMALIDADE

Em 2003, em sua 17ª Conferência Internacional de Estatísticos do Trabalho (17ª CIET), a OIT divulgou uma definição de trabalho informal. O documento diz que o emprego informal abriga: *“trabalhadores por conta própria e empregadores proprietários de unidades produtivas no setor informal, trabalhadores em ajuda a membro do domicílio e assalariados (se a relação de trabalho não está sujeita à legislação trabalhista nacional e à proteção social), membros de cooperativas de produtores informais e trabalhadores que produzem bens prioritariamente para o próprio uso”*.

Porém, definir o conceito de trabalho informal tem sido uma tarefa conceitual árdua. Desde 1970, com os primeiros estudos da Organização Internacional do Trabalho (OIT), o termo informalidade vem sendo utilizado para abarcar os novos mercados nos países considerados subdesenvolvidos.

Posicionada dentro de uma dualidade entre formalidade e informalidade e frequentemente relacionada ao subdesenvolvimento e a pobreza, o termo se mostrou abrangente e incapaz de mostrar as realidades e condições sociais que implicam os trabalhos flexíveis.

A década de 1990, caracterizado pela chamada reestruturação produtiva e pelo acirramento da competitividade internacional, trouxe à tona uma complexa redefinição das relações de trabalho, que acabaram por obscurecer os limites entre formalidade e informalidade e até mesmo as diferenças entre trabalho, desemprego e expedientes de sobrevivência. De modo crescente, é justamente entre essas fronteiras que transita, de forma descontínua e intermitente, a figura do trabalhador moderno (Dieese, 2011, p.4).

No Brasil, nos anos 1970, o subdesenvolvimento passa a ser atrelado ao problema da informalidade. A teoria cepalina, que propunha um modelo de desenvolvimento econômico, para os países latino-americanos, com foco na industrialização e no desenvolvimento social da região, considerava a informalidade

como um dos aspectos que contribuíam para o subdesenvolvimento. Assim, visto como uma deficiência do Estado, a informalidade passa a ser encarada como uma consequência estrutural da formação brasileira.

Mas a visão de Chico de Oliveira em “O Ornitorrinco” (2003) contrapõe o debate. Para o autor, “o subdesenvolvimento não era exatamente uma evolução truncada, mas uma produção da dependência pela conjunção de lugar na divisão internacional do trabalho capitalista e articulação dos interesses internos”. (Crítica à razão dualista/o ornitorrinco, 2003).

Chico, ao trazer a análise marxista das relações de produção no Brasil, propõe que o cenário deva ser lido através das relações de produção e interesses da luta de classes. O “caos urbano”, que ocorre pela migração do campo para as cidades nos anos 60/70 do século XX, tinha suas causas na exploração da força de trabalho.

A informalidade então podia ser pensada não como o atraso; tratava-se de desfazer dos dualismos, para pensar na constituição nacional das relações de produção e distribuição pautadas pela profunda desigualdade social como caráter específico da acumulação à brasileira (Abílio, 2014, p. 60).

Em sua análise, Oliveira aborda a informalidade através do processo de acumulação. Para o autor, a informalidade não é apenas um conjunto de ocupações não regulamentadas ou sem garantias trabalhistas. Ela é resultado das lacunas e das falhas do próprio sistema, onde se destacam as disparidades de acesso a oportunidades, à educação, ao mercado formal de trabalho e à proteção social.

O embate teórico sobre a definição de informalidade não se esgotou e nem pretende se esgotar neste trabalho. Muitos autores acreditam que o termo se esvaziou e virou um “mero termo do léxico sociológico” (Silva, p. 82).

Porém, com o termo esgotado ou não, o que podemos depreender sobre o conceito de informalidade para o presente trabalho é a contextualização que Chico de Oliveira apresenta:

A progressão da relação salarial foi cortada no começo dos anos oitenta do século passado pela combinação da reestruturação produtiva com a globalização; isto forneceu as bases para um enorme avanço da produtividade do trabalho que jogou para as calendas a possibilidade e/ou necessidade da relação formal de trabalho: pelo contrário, o que chamou-se no passado de ‘informalidade’ tornou-se a regra. Pede-se ao trabalhador formal os atributos do ‘informal’: flexibilidade, polivalência, iniciativa. Tais atributos encontram-se nos camelôs dos centros de nossas cidades. Aparece aí o primeiro elemento de exceção: o mercado de trabalho foi virado pelo avesso (Oliveira, 2003, p.3).

2.3 A UBERIZAÇÃO E A VIRAÇÃO

A informalidade é um conceito amplo que se apresenta em diversas formas. Porém, o que o presente trabalho irá focar para as futuras análises são dois conceitos, ancorados no campo da informalidade, que cresceram nos últimos anos e que foram largamente explorados pela autora Ludmila Abílio: A Uberização e o conceito de viração.

A uberização, novo fenômeno da informalidade, recebe esse nome após a empresa Uber dar visibilidade ao novo modelo de trabalho. Proveniente da junção dos avanços tecnológicos e das plataformas digitais, a racionalidade neoliberal e o processo de informalidade, o novo modelo se baseia em empresas que oferecem serviços sob demanda ao conectar clientes aos “parceiros”, que oferecem seus serviços na plataforma.

Esse “novo formato” de trabalho se caracteriza por ser um trabalho flexibilizado, no qual a desregulação trabalhista é uma de suas características (Abílio, 2014). Essa desregulação consiste na diminuição ou ausência de regulamentação para o caso, não tendo o caráter de ilegalidade (o que viola a legislação existente) para o Estado.

Neste novo modelo, que segue a lógica de um Toyotismo tecnológico, o trabalhador responde sob uma demanda just-in-time, com trabalhos acelerados, de exigência produtiva e sob uma extrema precarização. Neste novo modelo, o trabalho e portanto, o quanto se ganha, é sob demanda de mercado.

Além disso, o trabalho permanece sob vigia constante. Nos novos aplicativos e plataformas de venda, existem estabelecimentos de regras e critérios avaliativos que vigiam o cumprimento e, sobretudo, a produtividade do colaborador.

“Ao adequar-se o trabalhador trabalha para si e para a empresa, para si e para o cultivo da marca” (Abílio, Uberização do trabalho: subsunção real da viração, 2017).

Ser um colaborador significa assumir os riscos e custos, visto que as empresas se colocam como uma mediadora de prestadores de serviços e clientes. Além disso, cabe ao trabalhador definir a própria jornada de trabalho e criar estratégias para lidar com a concorrência interna entre os próprios colaboradores, que não só não é monitorado pelas marcas, mas incentivado a fim de gerar uma maior produção.

É dessa forma que a nova lógica passa a categorizar o trabalhador como microempreendedor. Com discursos sobre produtividade, motivação e engajamento, o trabalhador é colocado no patamar de um dono dos meios de produção, sendo os meios de produção sua própria força de trabalho imaterial (Gorz, 2005).

No fim, o que acontece na prática é uma transferência de riscos e custos para um exército de trabalhadores autônomos que são colocados como empresários-de-si-mesmos, sem nenhum reconhecimento de vínculo empregatício e total controle dos custos da plataforma, lucros e taxas que a empresa receberá e o volume de demanda do trabalhador (Abílio, 2017).

E dentro deste cenário social, revela-se uma categoria: *A viração*.

A viração é um termo que começa a ser usado no início dos anos 2000 pela socióloga Vera Telles e é essencial para entender os trabalhos de Ludmila Abílio. Constitutiva da vida dos trabalhadores de baixa qualificação, como aponta Abílio, a viração é o ato de se virar, de “viver por um fio” (Castel, 1998) e de sobreviver de bicos, ilegalidade e empregos informais.

A viração - termo coloquial, mas bastante expressivo, aqui recorrentemente utilizado - define a provisoriamente das ocupações que garantem a sobrevivência, em atividades que transitam entre trabalho ilegal, trabalho informal, trabalho temporário, trabalho em domicílio e emprego doméstico; resumindo, os “bicos” e as ocupações extremamente vulneráveis que estruturam a vida de muita gente (Abílio, 2014, p. 14).

Porém, antes associado ao trabalho tipicamente feminino (que será o tema central deste trabalho) e à periferia, hoje a viração recebe um termo em inglês: A Gig Economy.

Esse termo passa a nomear o mercado composto por trabalhos instáveis, sem identidade, que podem ser bicos ou atividades ainda sem nomenclatura (Abílio, 2014). Hoje, temos como exemplo da Gig Economy - ou viração - exércitos de revendedoras do Sistema de Venda Direta (que será abordado no próximo capítulo), o aluguel temporário de residências em plataformas como Airbnb, divulgação de links de marketplace, entregadores e motoristas de aplicativo e os trabalhadores amadores de crowdsourcing (Abílio, 2017).

A *gig economy* dá nome a uma multidão de trabalhadores *just-in-time* (como já vislumbrava Francisco de Oliveira no início dos anos 2000 ou Naomi Klein ao mapear o caminho das marcas até os trabalhadores), que aderem de forma instável e sempre transitória, como meio de sobrevivência e por outras motivações subjetivas [...] (Abílio, 2017).

Diante das dinâmicas complexas da economia contemporânea, a emergência da uberização e a persistência da viração delineiam um panorama desafiador para os trabalhadores, que se veem imersos em uma realidade marcada pela precarização e pela busca por meios de sobrevivência. À medida que nos confrontamos com essa nova face do mercado de trabalho, torna-se urgente repensar políticas e estratégias que promovam não apenas a flexibilidade, mas também a proteção e dignidade dos trabalhadores, respeitando sua importância fundamental na construção de uma sociedade mais equitativa e justa.

3 A EMPRESA MARY KAY COSMETICS

3.1 A HISTÓRIA DA EMPRESA

Fundada em 1963 por Mary Kay Ash em Dallas, Texas, a empresa Mary Kay Inc atualmente é uma multinacional de vendas diretas de cosméticos. Com mais de 3,5 milhões de consultoras de beleza independentes em todo o mundo (segundo o site da companhia), a empresa é conhecida por ter uma cultura empresarial muito forte e estabelecida, com foco nas mulheres para seu exército de trabalho.

A história da empresa coincide com a história de sua fundadora. Mary Kay Ash, nascida na grande depressão, viu de perto as dificuldades que as mulheres enfrentavam para encontrar trabalho. Em seu livro “The Mary Kay Way” (2013), a empresária conta que começou sua carreira como secretária- um dos poucos trabalhos disponíveis para mulheres na época.

Para garantir uma renda extra, Mary Kay passou a vender cosméticos em casa, por ser um "trabalho flexível" que possibilitava a criação dos filhos. Com o tempo, Mary Kay passa a ser a revendedora destaque mas, em seu livro, descreve que se desiludia com a cultura machista.

Assim, segundo ela, motivada em construir uma empresa pensada nas trabalhadoras femininas, em 1963, Mary Kay fundou a empresa Mary Kay Cosmetics — mundialmente conhecida somente como Mary Kay, que abreviaremos como MK. Baseado no fato de existir um grande mercado feminino que, como argumenta, necessitava um trabalho flexível para associar ao cuidado doméstico e que, em sua maioria, não possuía qualificação nem espaço para assumir trabalhos formais, a empresa MK nasce para assumir esse espaço no mercado de trabalho.

Lemas e expressões que incentivam a jornada dupla feminina e a libertação feminina através do trabalho são facilmente encontrados em reuniões da empresa, como “é possível trabalhar e cuidar dos filhos”, “independência feminina através do trabalho” e “Mary Kay ser um local de potências femininas”.

Hoje a empresa segue o modelo de Sistema de Vendas Diretas, sistema que consiste na ausência de vínculos empregatícios. Além disso, para manter e conquistar cada vez mais mulheres, a Mary Kay possui uma cultura corporativa de valorização e premiação ao trabalho, oferecendo treinamentos e suporte de vendas

para as suas revendedoras, chamadas de consultoras independentes de beleza pela própria empresa.

Atualmente, a Mary Kay se tornou uma das maiores empresas de cosméticos do mundo. Em 2023, a empresa estava presente em mais de 30 países e possui mais de 2 milhões de consultoras independentes.

3.2 MARY KAY E O SISTEMA DE VENDA DIRETA

A empresa Mary Kay Inc se organiza como uma multinacional de vendas diretas de cosméticos que opera em mais de 40 países do mundo. Liderada por um CEO e um Conselho de Administração, a empresa ainda possui áreas de marketing, vendas, finanças e recursos humanos, além dos setores de desenvolvimento de cosméticos, formulação, fabricação e distribuição.

Porém, o coração da estrutura da empresa é a equipe de vendas independentes, que somam mais de 3,5 milhões de mulheres ao redor do mundo, sendo 270 mil revendedoras no Brasil. O que essas consultoras fazem é vender produtos diretamente aos consumidores, com o modelo de vendas diretas.

O Sistema de Venda Direta (SVD) é o termo que nomeia a comercialização feita por revendedores. A definição exata, dada pela Associação Brasileira de Empresas de Vendas Diretas (ABEVD), define: “As vendas diretas são um sistema de comercialização de produtos e serviços por meio do contato pessoal e relacionamento dos empreendedores independentes com seus clientes, por meio de explicações pessoais e demonstrações.”

Pela própria definição da associação, o revendedor dentro do Sistema de Venda Direta possui uma relação com a empresa sem vínculos empregatícios, sendo representada no documento de normas de venda diretas como um trabalho de “natureza jurídica de comerciantes”, enquadrando-se na categoria “ambulante”.

Atualmente, o Brasil ocupa a 1ª posição na América Latina e 7ª posição global de vendas diretas em um mercado que, segundo a World Federation of Direct Selling Associations (WFDSA), movimentou U\$ 187,00 (bilhões) por ano, com a participação de 128,2 milhões de "empreendedores" independentes, como afirmam, em 2021.

Problematizado por Biggart (1989) desde a década de 1980, que apontava em seu trabalho como esse fenômeno social já era composto por 80% de mulheres,

“Biggart trata do SVD explicitando a relação fundamental entre flexibilização do trabalho e centralidade do papel feminino no processo” (Abílio, 2014, p. 83).

E, através das próprias definições do site da ABEVD, é possível perceber como essa forma de trabalho flexível se adequa ao campo feminino. No site, a venda direta é apresentada como uma ótima oportunidade para quem busca trabalho com horários flexíveis e renda extra no orçamento. Além disso, a modalidade inclui em seus métodos de venda a rede de conhecidos, que Biggart (1989) pontuava como uma utilização das relações pessoais de forma lucrativa, e a organização de eventos sociais para divulgação dos produtos.

Assim, mulheres que precisam cuidar de seus lares são capazes de fazer uma renda extra. O que Ludmila Abílio (2014) aponta é que “só terão alguma remuneração significativa mulheres que tornem esta sua ocupação principal ou a conciliem intensamente com outras ocupações.”

Percebe-se, então, que o processo de flexibilidade dentro deste modelo está em conformidade com o processo de uberização do micro-empendedorismo. Esse discurso, associado a perda de direitos e formas de trabalho e as baixas remunerações são elementos constitutivos de funções femininas (Abílio, 2014).

Braverman, em seu trabalho “Trabalho e Capital Monopolista”(1987) , argumenta que a predominância feminina nessas áreas de serviço está ligada à hierarquia de gênero, que perpetua a ideia de que as mulheres são naturalmente mais adequadas para tarefas que envolvem cuidado e assistência, diretamente ligadas ao setor de serviço. Já Abílio afirma:

O Sistema de Vendas Diretas expressa a realidade da flexibilização: trata-se da disponibilidade/necessidade de as pessoas trabalharem cada vez mais; expressa também recurso das mulheres (atente-se para algo mais sintomático: o aumento da participação masculina) a um trabalho que, hoje, dificilmente lhes propicia uma identidade profissional, assim como não lhes traz qualquer tipo de garantia trabalhista (Abílio, 2014, p. 91).

3.3 O SISTEMA ORGANIZACIONAL DA MARY KAY

A estrutura organizacional da Mary Kay Inc. se apoia em um modelo de marketing multinível. Esse modelo faz parte do SVD (Sistema de Venda Direta) e se caracteriza pela participação nos lucros e a inserção de mais pessoas à empresa através de convites dos próprios revendedores, que ficam com os novos integrantes atrelados ao seu cadastro.

Na Mary Kay, o programa de reconhecimento e recompensa, que é um dos pilares da empresa, segue os padrões de multinível (organização de vendas em que o revendedor recebe uma participação nos lucros obtidos por ele e pelos revendedores que estão sob sua liderança). Assim, a organização dentro da Mary Kay é feita através de títulos que garantem uma linha de hierarquia e lucratividade das revendedoras. Por exemplo, se uma revendedora chamar para a empresa 5 revendedoras ativas (que fazem compras mensais de produtos), ela recebe um título e lhe é repassado parte da lucratividade das vendas das revendedoras que entraram na empresa através dela.

Atualmente, os títulos entre as revendedoras são: Consultora de Beleza, Futura Diretora, Diretora de Qualificação de Vendas - DIQ, Diretora de Vendas, Diretora Sênior, Futura Diretora Executiva, Diretora Executiva, Diretora Executiva Elite e Diretora Nacional.

Esses títulos estão relacionados aos níveis de compras de produtos que a revendedora faz e a quantidade de revendedoras que ela trouxe para dentro da empresa. À medida que se cresce nos títulos (a trabalhadora traz mais revendedoras e realiza mais compras para vendas), as recompensas também crescem - e elas vão de pulseiras e mochilas personalizadas até um carro rosa (famoso dentro da empresa).

Para começar a revender, as consultoras precisam entrar na empresa através de outras consultoras e fazer uma compra de produtos considerado um "Kit Inicial", que recebe um desconto. Depois, mensalmente são feitas compras de produtos, a depender da demanda de cada revendedora, que recebem descontos de 25% a 40% dependendo do valor.

Os requisitos e diferenças entre os níveis são baseados em volume de vendas e quantidade de Iniciadas Diretas ativas. A consultora de beleza precisa ter de 0 a 4 iniciadas (novas revendedoras que entraram através da consultora) para começar a participar do nível de títulos e recompensas e, também, tem acesso aos descontos e reconhecimento como "Círculo Rosa" (programa de descontos extras para revendedoras ativas que atingem um mínimo de compras mensais), "Consultora Estrela", "Conquista Trimestral" e "Corte" (reconhecimento de vendas e presentes a depender do nível de cada uma).

Para se tornar uma Futura Diretora, é necessário ter cinco ou mais iniciadas diretas ativas (revendedoras que entraram para a Mary Kay através de uma

revendedora). O título dá acesso aos mesmos descontos e reconhecimentos da consultora mas também recebe de 8% a 12% de crédito pelas compras efetuadas por cada iniciada direta.

Para se tornar Diretora de Qualificação, é necessário entrar com um pedido de intenção para a empresa e alguns requisitos a mais são necessários. Além de ter pelo menos 10 consultoras ativas, é necessário ter pelo menos 3 meses de empresa e fazer pedidos de no mínimo 1.200 pontos por mês. Assim que o pedido de qualificação for aceito, a Diretora de Qualificação deve atingir no período de 1 a 4 meses: 40.000 pontos pagos acumulados, 10.000 pontos mensais e estar ativa. Como recompensa, a Diretora recebe os mesmos reconhecimentos que a Futura Diretora.

Uma Diretora de Vendas se forma quando atinge, no mínimo, 18 consultoras ativas e uma produção de 10.000 pontos mensais. Quando alcançam o status de diretora, as consultoras recebem incentivos financeiros de 8% a 12% de bonificação, 14% de bônus para unidades que chegarem a 50.000 pontos no mês, e uma recompensa em dinheiro de até R\$7.000,00 por volume de pontos. Nesse momento, é formada uma Unidade de Vendas, que será administrada pela Diretora.

O modelo de pontuação funciona da seguinte forma: Tais pontos são calculados a partir das vendas de produtos, categorizados em três principais tipos - maquiagem, cuidados com a pele e fragrâncias - cada qual atribuindo uma quantidade específica de pontos por dólar vendido. Ademais às vendas, as consultoras têm a possibilidade de acumular pontos por meio de recrutamentos bem-sucedidos, formação de unidades e bônus recebidos.

É importante salientar que o modelo de pontuação da Mary Kay, além de mensurar o desempenho em vendas, viabiliza o resgate de prêmios e recompensas, como malas, mochilas, jóias, produtos de casa e de beleza, viagens, carros, bônus financeiros e produtos Mary Kay.

Os demais cargos se diferenciam pela quantidade de pontuação feita e pelo acesso, a partir da Diretora Nacional, aos programas de recompensa “Troféu Sobre Rodas” e “Viagem das Diretoras” (viagem com tudo pago para destinos diversos).

O troféu sobre rodas é destaque dentro da empresa. Ele se trata do recebimento de um carro 0km que, desde o começo da premiação, recebe a coloração rosa por uma escolha da fundadora Mary Kay Ash, para que os maridos não dirigissem os carros das esposas contempladas - indicando uma tendência da

empresa em buscar mulheres para as vendas (o presente trabalho não irá tratar da questão de gênero da cor escolhida) - além de divulgar a marca, que é reconhecida pela cor rosa.

Dessa forma, através de sistemas de recompensas que foram desenhados pela própria Mary Kay Ash a fim de incentivar e reconhecer as consultoras (ASH, 2013), a empresa recruta, a cada ano que passa, mais consultoras para oferecerem seus serviços sem vínculo empregatício em função de um discurso de empreendedorismo através do sistema de vendas direta.

4 A INFORMALIDADE FEMININA E A VIVÊNCIA DAS REVENDEDORAS DA UNIDADE PINK

4.1 A VIVÊNCIA DAS REVENDEDORAS MARY KAY NA UNIDADE PINK: UMA PERCEPÇÃO ETNOGRÁFICA

Durante dois anos, 2022 e 2023, estive presente dentro de uma unidade de vendas da empresa Mary Kay. Durante esse período, realizei uma observação participante, para fins etnográficos, para que pudesse compreender e analisar a realidade de mulheres revendedoras de cosméticos informais.

A unidade de vendas será aqui chamada de Unidade Pink e os nomes das revendedoras serão alterados para preservar a imagem das participantes do grupo.

A unidade é formada por uma diretora nacional, diretoras de vendas e a maior parte do corpo de vendedoras independentes do Brasil todo. Dentro desse grupo, onde cada integrante está associada a alguma pessoa dentro da empresa a partir do sistema de funcionamento multinível, ocorrem trocas de mensagens diárias no whatsapp - com incentivos, frases de inspiração, dicas de produtos, dicas de vendas e parabenização de conquistas - e uma reunião semanal com as revendedoras, a fim de tirar dúvidas, falar sobre novidades e produtos mas, principalmente, incentivar e falar sobre métodos de venda e sobre a Mary Kay.

As reuniões, em sua maioria, eram presididas pela Diretora Sarah (nome alterado sem nenhuma conexão com as participantes para preservação da imagem). Em todas as reuniões que participei, Sarah iniciava com uma oração de cunho cristão.

Nela, a diretora agradecia a *Deus* (entidade divina da religião cristã) por toda a oportunidade de vendas da semana, às mulheres que possuíam a oportunidade de trabalhar na Mary Kay e à Mary Kay por oferecer uma estrutura de vendas. Além disso, sempre foi pedido para que *Deus* fornecesse perseverança e força para o trabalho, para que *bênçãos* pudessem chegar no caminho delas.

Sobre essa questão, não irei me aprofundar no tema da união da religião de origem protestante com o mercado. Porém, foi nítido nas observações que a religião estava presente em todas as integrantes da unidade e que, em muitas das vezes, ela era motivo de persistência e permanência na empresa. Vale o destaque de que, na empresa Mary Kay, o principal lema é “primeiro *Deus*, segundo família, terceiro trabalho”.

Esse lema, apesar de não ser explorado conceitualmente neste trabalho através da sociologia da religião, permeia a grande maioria das interações na Unidade. A premissa protestante de prosperidade através do trabalho, muito explorado por Weber (2004), se demonstra durante todas as reuniões e incentivos às revendedoras.

Durante os encontros, Sarah (nome alterado sem nenhuma conexão com as participantes), além de apresentar as novidades de produtos e promoções do mês, incentivava um trabalho flexibilizado e precarizado através do nebuloso limite entre horário de trabalho e horário de lazer.

Em uma das ocasiões, foi frisado por ela que uma grande oportunidade de venda são eventos de família, momentos de lazer e viagem. De acordo com ela, e de outras diretoras, é necessário conhecer novas pessoas para prospectar novos clientes. Por isso, em reuniões de família, ou até no posto de saúde, a revendedora poderia apresentar os produtos e se introduzir como representante da marca. “Portanto, a venda não só se combina com outras atividades como se realiza por meio delas, de forma que as relações pessoais se tornam veículos da venda de cosméticos” (Abílio, 2014. p. 23).

Nesse sentido, a vida pessoal e o momento de ócio e lazer são tomados pelo trabalho, não restando momento de descanso. O trabalho, até então prometido por ser flexível em horários, se mostra presente em todos os momentos, sem limite pela lei e por regulamentação.

Essa flexibilidade, e empreendedorismo de si é uma questão também levantada pela diretora durante os momentos de incentivo.

Em algumas falas, Sarah trouxe que uma das vantagens de se trabalhar com a Mary Kay é a possibilidade de fazer isso dentro de casa, enquanto cuida dos filhos. Nota-se aqui raízes da informalidade feminina: a divisão sexual do trabalho, que posiciona as mulheres na função de cuidadora do seu lar e dos filhos, e a necessidade de produzir renda, levando a escolha de trabalhos informais a fim de conseguir equilibrar duas ou três jornadas de trabalho.

O SVD pode, então, assumir diferentes faces: a do complemento da renda familiar; a de uma ocupação alternativa ante a rotatividade do mercado de trabalho e a de um trabalho que não ponha o papel familiar feminino tradicionalmente estabelecido, permitindo que a mulher trabalhe ‘sem trabalhar’ (Abílio, 2014. p. 90).

Como trouxe Abílio (2014), a flexibilização do trabalho e o empreendedorismo impede que seja possível entender e mensurar o quanto se produz e é trabalhado nas atividades, e com qual frequência.

Além disso, foram as diversas situações de vida relatadas pelas revendedoras dentro de um trabalho sem estabilidade e garantias de lei trabalhista.

Em uma reunião, em um momento de incentivo à permanência na MK, foi pedido que uma das revendedoras contasse sua experiência com a empresa.

Então, foi relatado duas questões: essa revendedora trabalhava com Mary Kay porque, ao morar no interior do Nordeste, não existiam empresas nem oportunidades de trabalho formal para além de cargos na prefeitura e pequenas vendas. Assim, a Mary Kay entrou como a sua única oportunidade de renda. Porém, um dia, ela passou mal e passou por uma operação no Sistema Único de Saúde, em uma cidade diferente da sua. Lá, permaneceu por alguns dias e, ao voltar para casa, precisou repousar por alguns meses.

A questão, porém, foi a de que ela ficou esses meses sem remuneração por não conseguir vender seus produtos. Ao final, é relatado que com a ajuda de Deus, ela conseguiu restabelecer suas vendas e seus antigos clientes, e que não perdeu o otimismo nem o sonho de se sustentar com Mary Kay.

Outro relato foi de uma revendedora que estava com seu filho internado no hospital e que ficou sem renda pela ausência nas vendas. Assim, a diretora Sarah propôs que ela utilizasse seu tempo no hospital para mandar mensagem para as clientes ofertando seus kits de produtos em estoque. Até o dia da reunião, a revendedora havia vendido 05 kits.

A Mary Kay, como qualquer outra empresa de Sistema de Vendas Direta, não reconhece seus vendedores como funcionários, não fornecendo estabilidade e garantias legais de remuneração em casos de saúde ou invalidez. Assim, sem proteção das leis, as trabalhadoras informais ficam sem sua renda ou sem período de afastamento remunerado.

O Sistema de Vendas Diretas expressa a realidade da flexibilização: trata-se da disponibilidade/necessidade de as pessoas trabalharem cada vez mais; expressa também o recurso das mulheres... a um trabalho que, hoje, dificilmente lhes propicia uma identidade profissional, assim como não lhes traz qualquer tipo de garantia trabalhista (Abílio, 2014. p. 91).

Além disso, para trabalhar, as revendedoras precisam pagar pelos produtos, mais barato, e arcar com todas as consequências de um trabalho comercial: inadimplência, taxa de máquina de cartão, administração fiscal em decorrência da máquina de cartão ou de um possível CNPJ, organização e armazenamento dos produtos, divulgação e venda.

Assim, com as revendedoras arcando com todos os riscos e custos do trabalho, a empresa garante alta lucratividade. Em 2016, foi divulgado que a empresa faturou US\$4 bilhões de dólares de faturamento global, segundo relatório público da marca.

Juntamente, com uma promessa de empreendedorismo e independência para as revendedoras, a empresa funciona através de uma vigília e cobrança para que o trabalho seja maximizado pelas trabalhadoras.

A cultura da empresa presente nas reuniões, frases motivacionais e o lema de “ajudar outras mulheres a crescerem”, vigiam e incentivam a produtividade. Diversas vezes que uma revendedora não consegue vender uma grande quantidade de produto, textos e áudios são enviados para que essa trabalhadora confie no seu trabalho e estabeleça novas metas e métodos de venda, gerando novas compras de produtos e aumento da carga de trabalho.

É desta maneira, com a flexibilidade do trabalho e a falta de reconhecimento do vínculo empregatício e direitos trabalhistas que a empresa Mary Kay contribui para o cenário global da precarização do trabalho em função da lucratividade.

4.2 O TRABALHO FEMININO

Para entender o trabalho feminino, é necessário entender o contexto da mulher na sociedade capitalista, e ela inicia-se na transição do feudalismo para o capitalismo.

No livro “Calibã e a Bruxa” (2017), Silvia Federici nos apresenta os dados históricos de que, durante a época feudal, mulheres e homens camponeses dividiam tarefas e conhecimentos sobre a terra, trabalho e reprodução, mesmo que mulheres ainda fossem atreladas a casamento.

Porém, com a transição do feudalismo para o capitalismo, marcada por conflitos dos camponeses contra o senhor feudal e a igreja, que a mulher passa a ter seu corpo e meio reprodutivo controlado, além do trabalho desvalorizado.

Com os cercamentos, a criminalização da classe trabalhadora, as guerras e as doenças, o número de população trabalhadora na Europa cai drasticamente. Assim, estudos e políticas de controle de natalidade passam a ser convocadas pelo Estado.

A preocupação com o crescimento da população pode ser detectada no programa da Reforma Protestante. Rejeitando a tradicional exaltação cristã da castidade, os reformadores valorizavam o casamento, a sexualidade e até mesmo as mulheres, por sua capacidade reprodutiva. As mulheres são 'necessárias para produzir o crescimento da raça humana', reconheceu Lutero, refletindo que, 'quaisquer que sejam suas debilidades, as mulheres possuem uma virtude que anula todas elas: possuem útero e podem dar à luz (King, 1991, p. 115 *apud* Federici, 2017, p. 171)

Assim, o trabalho feminino passa a ser desvalorizado e a mulher é alocada para funções domésticas, tendo somente a família como ocupação na sociedade.

Sob a capa de uma proteção que o homem deveria oferecer à mulher em virtude da fragilidade desta, aquele obtinha dela, ao mesmo tempo, a colaboração no trabalho e o comportamento submisso que as sociedades de família patriarcal sempre entenderam ser dever da mulher desenvolver em relação ao chefe da família. [...] O aparecimento do capitalismo se dá, pois, em condições extremamente adversas à mulher (Saffioti, 1976, p.17-18).

Assim, surge a nova divisão do trabalho, dessa vez sexual. A mulher ganha categorias novas — mães, esposas, filhas e viúvas — que ocultam sua real produção de trabalho no sistema capitalista. “A figura da dona de casa e a redefinição da família” como lugar para a produção de uma força de trabalho passa a ser central. (Federici, 2017). O período da acumulação primitiva, conceito explorado por Marx em “O Capital” (2013) foi palco para o surgimento da família como “instituição mais importante para a apropriação e para o ocultamento das mulheres” (Federici, 2017).

Com este cenário, fica explícito por Saffioti (1976) que a mulher, com o passar dos tempos teve sua qualificação profissional reduzida, tendo a função doméstica como a principal e a participação no mercado de trabalho como algo casual e com uma remuneração inferior à masculina, se concentrando em trabalhos temporários e domiciliares.

Atualmente, a mulher teve uma inserção no mercado e na qualificação profissional. Porém, o cenário majoritário que se estabelece é uma conciliação entre carreira e vida doméstica, com a acumulação de dois trabalhos. Claudia Goldin, em seu trabalho “Career and family: women’s century-long journey toward equity.” (2021) demonstra que como ainda recai sobre a mulher a função da reprodução do trabalho

e do cuidado doméstico, muitas trabalhadoras optam por empregos flexíveis, mesmo que a remuneração seja menor.

A porcentagem de mulheres sem trabalho remunerado continua similar ao cenário do final do século XIX, embora tenham havido importantes mudanças no controle da natalidade (levando a uma redução das taxas de fertilidade), nas estruturas familiares e nos níveis educacionais – todos fatores determinantes para a entrada de mulheres no mercado de trabalho (Hartmann & Reskin, 1986 *apud* Picchio, 2018, p. 71).

Neste cenário, o trabalho informal se torna uma alternativa prática e viável para a maioria das mulheres. Com o apelo de flexibilidade de local e horários “alternativos”, as ocupações informais se tornam a busca principal de mulheres que, além de terem baixa qualificação por sua posição social, precisam realizar os trabalhos domésticos de “*dona de casa*” e “*mãe de família*”.

Em “A condição pós-moderna” (1992), Harvey cita que a modificação do mercado para a prevalência do trabalho informal teve um impacto maior na vida das mulheres. Com o trabalho feminino sendo desvalorizado e inferiorizado, como relatado por Federici (2017), o mercado viu na mulher um tipo de trabalhador perfeito para baixa remuneração e facilmente demissível.

Para Abílio (2014), o aumento das características típicas do trabalho a domicílio no mercado, a indistinção de trabalho e não trabalho, o trabalho não pago e as demandas de flexibilização se adequam perfeitamente ao setor feminino, gerando uma “feminização do trabalho”.

[...] a expansão do trabalho feminino tem se verificado, sobretudo no trabalho mais precarizado, nos trabalhos em regime part-time, marcados por uma informalidade ainda mais forte, com desníveis salariais ainda mais acentuados em relação aos homens, além de realizar jornadas mais prolongadas (Antunes, 2000, p. 108).

Mulheres assumem cada dia mais postos de trabalho informais, marcado pelo crescimento das “viradouras”, trabalhadoras que assumem o sustento da família sem abandonarem o comando do lar através de bicos e trabalhos informais. Para darem conta de uma dupla, ou tripla jornada de trabalho, tais ocupações cresceram dentro do universo feminino - desde funções noturnas em bares e restaurantes, vendas de cosméticos como função principal ou secundária e trabalhos informais no ramo da beleza ou doméstico.

Dessa maneira, o setor informal é predominantemente composto por mulheres que, em detrimento de seus trabalhos mal remunerados e sem garantias

legais, asseguram as lucratividades anuais das empresas por meio do acúmulo de funções.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve início ao questionar a falta de visibilidade da significativa participação das mulheres no mercado informal de trabalho ao notar que, nos debates sobre trabalho informal, é comum associar a imagem de trabalhadores masculinos em serviços de aplicativos recentes.

Contudo, conforme evidenciado ao longo do texto, a informalidade feminina se revelou uma questão antiga e persistente. Setores como o trabalho doméstico, de cuidados e do ramo da beleza têm uma longa história de ocupação majoritariamente feminina, embora careçam de um registro de trabalho abrangente, apesar de estar legalmente previsto.

Para compreender a informalidade feminina, o trabalho focou na ocupação das revendedoras de cosméticos, rotuladas como empreendedoras. Nestas observações, foi possível perceber como as características do trabalho informal se estabelecem de maneira mais marcante entre as mulheres, aprofundando as desigualdades sociais de gênero.

A persistência da divisão sexual do trabalho leva as mulheres do Brasil e do mundo a acumularem duplas e triplas jornadas para garantir salários e cuidado familiar, tornando o trabalho flexível e informal uma das poucas alternativas viáveis.

Através dos relatos explorados neste trabalho, os discursos sobre empreendedorismo, apoio entre mulheres, flexibilidade e recompensas materiais, como carros e viagens, surgem como meios de legitimar a propagação da racionalidade neoliberal. Essa dinâmica, ao se estabelecer como a nova racionalidade entre trabalhadores informais, acaba por perpetuar as problemáticas sociais adversas enfrentadas por esses profissionais.

No caso das revendedoras, o que parece “perfumaria” na realidade são evidências dos desafios políticos dos trabalhadores e da teoria em face das constituições contemporâneas de exploração (Abílio, 2014, p. 227).

REFERÊNCIAS

ABÍLIO, Ludmila C. **Sem Maquiagem: o trabalho de um milhão de revendedoras de cosméticos**. 2014. 1ª edição. São Paulo. Editora Boitempo.

ABÍLIO, Ludmila C. **Uberização do trabalho: subsunção real da viração**. 2017. Disponível em: <<https://blogdaboitempo.com.br/2017/02/22/uberizacao-do-trabalho-subsuncao-real-da-viracao/>>. Acesso em 22 Jan. 2024.

ANTUNES, R. **Os sentidos do trabalho: ensaios sobre a afirmação e a negação do trabalho**. 2ª ed. São Paulo: Boitempo, 2000

ASH, Mary Kay. **The Mary Kay Way: o estilo de liderança de uma das maiores empreendedoras norte-americanas**. tradução Juliana Lemos. São Paulo: editora CL-A Cultural. 2013.

ATAIDES, F. B.; OLIVEIRA, G. S.; ANAIR ARAÚJO DE FREITAS SILVA, A. A. **A etnografia: Uma perspectiva metodológica de investigação qualitativa**. Cadernos da Fucamp, v.20, n.48, p.133-147/2021.

BIGGART, N. **Charismatic Capitalism: Direct selling organizations in America**. Chicago, University of Chicago Press, 1989.

BRAVERMAN, H. **Trabalho e capital monopolista: a degradação do trabalho no século XX**. Rio de Janeiro, Zahar , 1987.

CASTEL, R. **As metamorfoses da questão social: uma crônica do salário**. Petrópolis: Vozes. 1998.

DARDOT, P.; LAVAL, C. **A nova razão do mundo: ensaio sobre a sociedade neoliberal**. Trad. Mariana Echalar. - 1. ed. - São Paulo: Boitempo, 2016

DIEESE. **A Informalidade e o Movimento Sindical: uma agenda para o século XXI**. 2011. São Paulo. (Nota técnica 99).

DUMÉNIL, Gérard; LÉVY, Dominique. **O neoliberalismo sob a hegemonia norte-americana**. In: CHESNAIS, François. A finança mundializada. Trad. Paulo Nakatani e Rosa Marques. São Paulo, Boitempo, 2005.

FEDERICI, S. **Calibã e a Bruxa: mulheres, corpo e acumulação primitiva**. São Paulo. Editora Elefante. 2017.

GOLDIN, C. **Career & Family: Women's Century-Long Journey Toward Equity**. Princeton: Princeton University Press, 2021

GORZ, A. **O imaterial**. São Paulo. Annablume. 2005.

HARVEY, D. **A condição pós moderna: Uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural**. São Paulo. 1992. Edições Loyola

MARX, Karl. **O Capital: crítica da Economia Política**. Livro 1. São Paulo: Boitempo, 2013

OIT. **Guidelines concerning a statistical definition of informal employment, endorsed by the Seventeenth International Conference of Labour Statisticians (November-December 2003)** *In*: INTERNATIONAL CONFERENCE OF LABOUR STATISTICIANS, 17. Report of the conference. 2003

OLIVEIRA, Francisco de. **Crítica à razão dualista/O ornitorrinco**. São Paulo. Boitempo. 2003

OLIVEIRA, Francisco de. **O Estado e a exceção: ou o Estado de exceção?** Conferência de Abertura da Reunião Anual da Anpur - Associação Nacional de Pós Graduação e Pesquisa em Planejamento Urbano e Regional. Belo Horizonte, maio, 2003

PICCHIO, A. **Trabalho feminino no cerne do mercado de trabalho**. Temáticas, Campinas, 26, (52): 69-104, ago./dez. 2018

REYNAERT, F. **A grande história do mundo: uma viagem única pela história dos cinco continentes** - 1ª ed. São Paulo: Vestígio 2022.

SAFFIOTI, Heleieth Iara Bongiovani. **A Mulher na Sociedade de Classes: mito e realidade**; prefácio de Antônio Cândido de Mello & Souza. Petrópolis: Vozes, 1976.

SILVA, Luiz Antonio Machado da. **Da informalidade à empregabilidade (Reorganizando a dominação no mundo do trabalho)**. CADERNO CRH, Salvador, n. 37, p. 81-109, jul./dez. 2002

TAYLOR, Frederick Winslow. **Princípios da administração científica**; 8ª edição. São Paulo. Editora Atlas. 1990

WEBER, Max. **A ética protestante e o “espírito” do capitalismo**. São Paulo. Companhia das Letras. 6ª reimpressão. 2007.