

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA -
CAMPUS GOVERNADOR VALADARES
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS (ICSA)
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO**

Naiara Rodrigues Fernandes de Almeida

Caso de ensino: Mulheres, trabalho plataformizado e informalidade digital

Governador Valadares

2026

Naiara Rodrigues Fernandes de Almeida

Caso de ensino: Mulheres, trabalho plataformizado e informalidade digital

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado por Naiara Rodrigues Fernandes de Almeida ao curso de Administração do Departamento de Administração do Instituto de Ciências Sociais Aplicadas/Governador Valadares da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para a obtenção do título de bacharel em Administração.

Orientadora: Prof^ª. Dra. Marina Oliveira Guimarães

Governador Valadares

2026

Naiara Rodrigues Fernandes de Almeida

Caso de ensino: Mulheres, trabalho plataformizado e informalidade digital

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado por Naiara Rodrigues Fernandes de Almeida ao curso de Administração do Departamento de Administração do Instituto de Ciências Sociais Aplicadas/Governador Valadares da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para a obtenção do título de bacharel em Administração.

Aprovada em (dia) de (mês) de (ano)

BANCA EXAMINADORA

Prof^ª. Dra. Marina Oliveira Guimarães

Universidade Federal de Juiz de Fora - Campus GV

Prof^ª. Dra. Amanda Ferrari Uceli

Universidade Federal de Juiz de Fora - Campus GV

Prof. Dr. Bruno Franco Alves

Universidade Federal de Juiz de Fora - Campus GV

Dedico este trabalho aos meus pais, José Fernandes e Benedita, à minha irmã Nathália e ao meu tio José Ilton.

“Na vida, perdemos mais por medo do que por tentativas.”

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, a Deus por me conceder força, sabedoria, discernimento e perseverança para concluir esta importante etapa da minha jornada acadêmica.

Agradeço imensamente aos meus pais, Benedita e José Fernandes, pilares da minha vida. Vocês me apoiaram durante todo o meu percurso, dentro e fora da faculdade, com palavras, sacrifícios silenciosos e um amor que nunca vacilou, tornando possível cada conquista.

O meu muito obrigada ao meu tio José Ilton, por ter me convencido a usar a nota do Enem no SISU. Sua orientação foi fundamental para que eu pudesse dar início a essa caminhada.

Agradeço à minha irmã Nathalia por estar comigo sempre ao meu lado quando eu precisei, principalmente durante as crises de ansiedade nas quais eu não sabia lidar.

Agradeço à minha amiga Raissa, que desde o primeiro dia de aula segurou a minha mão e não a soltou. Sua amizade foi essencial durante a caminhada.

Agradeço aos professores e professoras que cruzaram o meu caminho e enriqueceram a minha vida acadêmica. Em especial, minha eterna gratidão à Professora Dra. Marina, que me aceitou como orientanda e me guiou durante essa última etapa, transformando minhas ideias em um trabalho sólido.

RESUMO

Este trabalho apresenta um caso de ensino, elaborado para aplicação em disciplinas da área de Ciências Sociais Aplicadas, tais como Gestão de Pessoas, Estudo de Gênero, Empreendedorismo, Marketing, Sistemas de Informação Gerencial e Legislação Trabalhista. O objetivo do estudo é analisar os fatores sociais, econômicos e simbólicos que influenciaram a decisão de mulheres de se tornarem criadoras de conteúdo afiliadas às plataformas digitais de venda, considerando as relações de gênero, raça e classe. A metodologia de construção baseou-se em pesquisa bibliográfica e documental, de natureza qualitativa, resultando na elaboração da narrativa de Elena Martins, personagem fictícia, mulher negra, 45 anos, residente em Governador Valadares. Após a demissão de seu emprego em uma pousada, em 2020, e diante da instabilidade financeira vivenciada por sua família, Elena passa a atuar no marketing de afiliados como estratégia para complementação de renda. O caso evidencia que, embora a produção de conteúdo vinculada a plataformas de vendas online seja frequentemente apresentada como alternativa de renda, essa atividade se configura, na prática, como uma estratégia de sobrevivência, desenvolvida em condições marcadas pela informalidade, instabilidade e ausência de garantias trabalhistas.

Palavras-chave: Plataformização do trabalho; Interseccionalidade; Marketing de afiliados; Trabalho digital e Informal; Mídias sociais; Informalidade feminina.

RESUMEN

Este trabajo presenta un caso de enseñanza, elaborado para su aplicación en disciplinas del área de Ciencias Sociales Aplicadas, tales como Gestión de Personas, Estudios de Género, Emprendimiento, Marketing, Sistemas de Información Gerencial y Legislación Laboral. El objetivo del estudio es analizar los factores sociales, económicos y simbólicos que influyeron en la decisión de mujeres de convertirse en creadoras de contenido afiliadas a plataformas digitales de venta, considerando las relaciones de género, raza y clase. La metodología de construcción se basó en investigación bibliográfica y documental, de naturaleza cualitativa, resultando en la elaboración de la narrativa de Elena Martins, personaje ficticio, mujer negra, de 45 años, residente en Gobernador Valadares. Tras el despido de su empleo en una posada, en 2020, y ante la inestabilidad financiera vivida por su familia, Elena comienza a actuar en el marketing de afiliados como estrategia para complementar ingresos. El caso evidencia que, aunque la producción de contenido vinculada a plataformas de ventas en línea se presenta frecuentemente como alternativa de ingresos, esta actividad se configura, en la práctica, como una estrategia de supervivencia, desarrollada en condiciones marcadas por la informalidad, la inestabilidad y la ausencia de garantías laborales.

Palabras clave: Plataformización del trabajo; Interseccionalidad; Marketing de afiliados; Trabajo digital e informal; Medios sociales; Informalidad femenina.

SUMÁRIO

PRIMEIRA SEÇÃO - O CASO.....	9
1. INTRODUÇÃO.....	9
2. CASO ELENA MARTINS.....	9
SEGUNDA SEÇÃO - NOTAS DE ENSINO.....	12
1. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	12
2. OBJETIVOS DE ENSINO.....	17
3. METODOLOGIA.....	19
4. PROPOSIÇÃO DE TAREFAS.....	20
5. ORGANIZAÇÃO DA AULA PARA USO DO CASO.....	22
REFERÊNCIAS.....	25

PRIMEIRA SEÇÃO - O CASO

1. INTRODUÇÃO

O crescimento do trabalho mediado por plataformas digitais têm alterado significativamente as formas de relação laboral na sociedade contemporânea. Nesse contexto, as mulheres têm encontrado nas redes sociais uma alternativa para gerar renda por meio da produção e divulgação de conteúdos como afiliadas à plataformas de vendas. Essa atuação, embora crie novas oportunidades profissionais, ocorre, em grande parte, em condições informais, instáveis e desprovidas de garantias trabalhistas, revelando contradições entre o discurso de autonomia e a realidade enfrentada por essas trabalhadoras.

2. CASO ELENA MARTINS

Elena é uma mulher negra de 45 anos, nascida em um pequeno distrito de Governador Valadares, em uma família de origem humilde. Saiu cedo de casa para contribuir com as despesas familiares, iniciando sua trajetória profissional como trabalhadora doméstica e babá. Ao longo dos anos, enfrentou muitas dificuldades, entre elas o racismo, a informalidade e situações de assédio. A maioria de seus empregadores era composta por pessoas brancas, e ela era frequentemente alojada em um quarto nos fundos da casa onde trabalhava. As ocupações eram informais. A necessidade de sustentar-se fez com que abandonasse os estudos antes de concluir o ensino médio.

Aos 20 anos, Elena casou-se com Raul, serralheiro, quando já estava grávida de seu primeiro filho. Após o nascimento da criança, contou inicialmente com o apoio da sogra para retornar ao trabalho como diarista, mas enfrentava longas jornadas fora de casa. Dois anos depois, com o nascimento do segundo filho e o falecimento da sogra, precisou recorrer a creches públicas para conseguir manter-se ativa no mercado, embora em condições precárias e mal remuneradas.

O primeiro vínculo formal surgiu mais tarde, em uma pousada localizada em área nobre da cidade, onde trabalhava com a lavagem e a passagem de roupas de cama e banho. Mesmo com carteira assinada, Elena se encontrava em posição menos favorável do que as colegas de trabalho realizando as tarefas mais pesadas. Esse emprego trouxe um pouco de estabilidade à família até 2020, quando, em razão da pandemia da covid-19, a redução do fluxo de hóspedes levou à dispensa de parte dos funcionários, incluindo Elena.

Embora tenha conseguido um novo emprego algum tempo depois, a família passou a enfrentar dificuldades adicionais: o filho mais velho havia ingressado na faculdade, e a renda

de Raul se tornara instável. Em meio a esse cenário, uma vizinha apresentou a Elena uma oportunidade: atuar como afiliada em plataformas digitais de vendas, como Shoppe, Amazon, Magazine Luiza ou Mercado Livre. Dessa forma, receberia comissões por produtos vendidos, sem a necessidade de montar estoque, como uma renda complementar.

A vizinha explicou o funcionamento do modelo. Elena poderia escolher uma ou mais empresas para se afiliar e, em seguida, compartilhar links de produtos selecionados. Caso alguém realizasse a compra por meio desses links, ela receberia um percentual da venda. As comissões variam conforme a empresa e o tipo de produto — algumas pagavam até 12% e outras 15% (Silveira, 2023, p. 10, 18). A proposta mostrava-se atrativa: flexibilidade de horário, trabalho em casa e a possibilidade de conciliar as responsabilidades domésticas com a geração de renda.

Elena decidiu apostar na divulgação de conteúdos para plataformas de vendas e inscreveu-se em um site de vendas que estava em alta, pois acreditava que o retorno poderia ser mais rápido. No entanto, tinha pouco conhecimento sobre o funcionamento das redes sociais, que utilizava principalmente para assistir a vídeos e se comunicar com familiares. Sem um nicho de produtos definido, contou com o apoio do filho mais novo, que ficou responsável por ensiná-la o passo a passo para compartilhar os conteúdos e acompanhar as métricas de engajamento dos produtos a serem vendidos.

Inicialmente, Elena conseguiu um retorno financeiro significativo, mas os desafios logo se mostraram maiores do que pareciam. Com o passar do tempo, os ganhos tornaram-se instáveis, uma vez que, sem visualizações suficientes de potenciais compradores, não havia comissão, já que esta dependia da efetivação da compra por meio dos links.

Ela tentou gravar vídeos para divulgar os produtos, mas percebeu que era necessário manter uma publicação contínua, o que demandava tempo para identificar itens de interesse do público e preparar o conteúdo para a publicação. Elena não estava acostumada a gravar vídeos e, após oito horas de trabalho, ainda precisava cuidar das tarefas domésticas. O cansaço era evidente: não tinha tempo nem recursos para cuidar de si própria, as olheiras já eram crônicas e seu olhar abatido refletia as atribulações da vida cotidiana.

Além da falta de recursos, da ausência de um espaço adequado para a gravação dos vídeos e do alto custo com de uma internet de qualidade, Elena passou a receber comentários machistas, racistas e preconceituosos nas redes sociais. As críticas atingiam sua pele, suas roupas e a aparência em geral, que, segundo alguns usuários, estavam fora dos padrões estéticos exigidos. Afirmavam que o conteúdo era desleixado e que ela deveria postar com mais frequência se quisesse realmente vender algo. Zombavam da casa onde ela vivia e do seu

jeito de falar. Comentários ofensivos como “lugar de macaco é no zoológico” e ameaças veladas, como “se ela quisesse, ele dava um trato nela”, tornaram-se cada vez mais frequentes. A cada novo vídeo gravado, a ansiedade e o medo de novas agressões aumentavam. Mesmo exausta e exposta à violência, Elena continua na atividade por não enxergar alternativas viáveis, reconhecendo simultaneamente os ganhos e os limites dessa forma de trabalho.

A trajetória de Elena demonstra que a retórica da autonomia e da flexibilidade, frequentemente associada ao trabalho digital, encobre relações de poder desiguais. Nesse contexto, as trabalhadoras assumem integralmente os riscos e custos da atividade, enquanto as plataformas se beneficiam de sua força de trabalho sem assumir responsabilidades.

Compreender o fenômeno da plataformização do trabalho, a partir da experiência de mulheres como Elena é fundamental para o desenvolvimento de políticas públicas e programas de apoio que considerem suas especificidades. **Diante disso, questiona-se: quais fatores relacionados a gênero, classe e raça influenciam a decisão dessas mulheres em se tornarem afiliadas de plataformas digitais de venda? E, de forma mais ampla, em que medida essas novas formas de trabalho configuram possibilidades reais de emancipação ou perpetuam desigualdades históricas no mundo do trabalho feminino?**

SEGUNDA SEÇÃO - NOTAS DE ENSINO

1. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Plataformização, informalidade e o trabalho digital invisível

O trabalho informal caracteriza-se pela ausência de vínculo empregatício formal, o que implica a inexistência de direitos trabalhistas como carteira assinada, seguro desemprego, FGTS ou outros benefícios garantidos pela legislação brasileira. De acordo com Antunes (2018), a informalidade representa uma ruptura com a lógica da contratação formal e com os mecanismos de regulação do trabalho.

O autor classifica essa informalidade em três formas principais: a primeira envolve os **trabalhadores informais tradicionais**, geralmente com baixa renda e sem direitos trabalhistas básicos; a segunda corresponde **aos assalariados sem registro**, que migraram do setor formal; e a terceira que inclui os **trabalhadores por conta própria**, que geram sua própria renda (Antunes, 2018).

A partir desse cenário complexo da informalidade, observa-se que a inserção de trabalhadoras e trabalhadores no mercado informal configura-se menos como uma escolha genuína e mais como uma estratégia de sobrevivência diante da escassez de alternativas estáveis (Oliveira e Jorge, 2024). É justamente nesse contexto que a plataformização se estabelece.

As plataformas digitais configuram-se como “infraestruturas de conexão entre consumidores, trabalhadores, intermediários e empresas” e nascem no Brasil em um cenário em que há uma intensa flexibilização do trabalho (Grohmann e Salvagni, 2023, p. 23 e 39). Dessa forma, “o trabalho que ocorre por meio de plataformas se multiplica mais acentuadamente em regiões cuja informalidade é a norma histórica do trabalho” (Grohmann e Salvagni, 2023, p. 53).

Com a expansão do trabalho mediado por plataformas, a natureza da economia informal — já complexa — vem se transformando. Milhões de pessoas, principalmente de setores desfavorecidos, como mulheres negras de baixa renda, recorrem às redes sociais em busca de uma renda extra (Pinheiro-Machado et al., 2024). Neste cenário, o marketing de afiliados surge como uma modalidade de trabalho alternativo.

Conforme o relatório do IAB Brasil (Interactive Advertising Bureau) “O marketing de afiliados é uma forma de publicidade online pela qual o afiliado divulga produtos e serviços dos anunciantes em troca de uma comissão”, para que empresas ampliem sua reputação por meio de indivíduos que promovam seus produtos e serviços em diferentes canais digitais, fortalecendo o alcance e a credibilidade das mensagens corporativas (advogados da marca). Para Silveira (2023), o afiliado é visto como um funcionário digital, porém sem relação de trabalho, embora seja popularizado pela flexibilidade, essa modalidade também reforça a informalidade e a precariedade (Januário, 2022).

O marketing de afiliados ganhou notoriedade na década de 1990, com a criação do primeiro programa de afiliados pela empresa Amazon, que buscava ampliar sua presença no meio digital. No Brasil, a prática começou a se consolidar com a popularização da internet no final dos anos 1990 (Sebrae, 2024), no entanto, foi durante a pandemia da covid-19 que a prática ficou mais conhecida (Silveira, 2023).

Para desmistificar a ideia de que a plataformização se limita ao trabalho autônomo e visível, como motoristas de aplicativo (Pinheiro-Machado et al., 2024), é crucial ampliar o debate sobre o que é considerado *trabalho* na economia digital. O sociólogo Casilli (2020), propõe o conceito de *digital labor* (trabalho digital), que contradiz a ideia de trabalhadores digitais livres. Para ele, o que acontece é um “trabalho duro, de produção de dados brutos”, que transforma a rotina do usuário em prestação de serviço em plataformas digitais. Conforme o sociólogo, essas atividades rotineiras, embora pareçam simples, são essenciais para o aprendizado de máquina (*machine learning*), visto que as tarefas são fragmentadas e realizadas sob a lógica do sistema *just-in-time*¹.

O *digital labor* amplia a noção de informalidade tradicional ao demonstrar que a ausência de garantias de emprego se manifesta em um contexto global e contínuo, sem fronteiras de tempo ou espaço (Casilli, 2020). Autores como Oliveira e Jorge (2024) e Lima e Bridi (2019), apontam que a promessa de autonomia, flexibilidade e empreendedorismo, frequentemente instrumentalizada por empresas, vende a ilusão de autonomia por meio de discursos como “seja seu próprio chefe”, ocultando a informalidade, a transferências de riscos e a ausência de direitos.

Segundo Casilli (2020), esse conjunto de promessas dificulta a identificação da subordinação e, conseqüentemente, da relação de trabalho. O relatório formulado por

¹ O sistema *just-in-time* refere-se a um modelo de produção com base na demanda.

Pinheiro-Machado et al. (2024) propõe um olhar mais atento dos formuladores de políticas públicas na regulamentação das plataformas de mídias sociais que devem ser postas em pauta para que passem a ser consideradas como plataformas de trabalho, gerando empregos decentes e uma segurança maior para os trabalhadores(as). A regulamentação dessas plataformas também implicaria a responsabilização das big techs, que hoje contribuem para manutenção e aumento da ausência de direitos e proteções trabalhistas oriundas da informalidade tradicional acrescidas da exploração digital invisível (Pinheiro-Machado et al., 2024; Casilli, 2020).

Trabalho digital e interseccionalidade

Diversos fatores sociais, culturais e econômicos influenciaram a inserção e a permanência das mulheres no mercado de trabalho formal. Esses fatores não podem ser compreendidos sem uma perspectiva interseccional, que considere a interação entre diferentes marcadores sociais (Pereira; Arribas; Cardoso, 2022, p. 3) que ajudam a interpretar as escolhas e os limites enfrentados pela personagem Elena, uma mulher negra, de origem humilde, cuja a inserção no marketing de afiliados é configurada como estratégia para complementação de renda e sobrevivência.

Gênero, raça e classe social se entrelaçam e desempenham papéis centrais na produção das desigualdades vivenciadas pelas mulheres. Segundo Oliveira e Jorge (2024), elas são mais suscetíveis ao setor informal. São as mais atingidas pela precariedade da informalidade. Embora a informalidade apareça como uma possibilidade de inserção, ela frequentemente mantém as mulheres em posições vulneráveis, sem direitos e sob condições precárias, perpetuando a desigualdade de gênero no trabalho (Pereira; Arribas; Cardoso, 2022).

Os estereótipos de gênero geram uma divisão nas profissões, onde alguns setores são majoritariamente ocupados por mulheres, sendo estes em sua maioria setores de cuidado como educação e saúde e salários mais baixos (Silva, 2024). “Historicamente, essa divisão designa aos homens a esfera produtiva, e às mulheres a reprodutiva, lógica que hierarquiza a sociedade e o mercado de trabalho, reproduzindo as desigualdades e discriminações de gênero” (Pereira; Arribas; Cardoso, 2022, p. 3).

Embora as desigualdades entre homens e mulheres sejam objeto de amplo debate, é fundamental considerar que também persistem disparidades significativas entre as próprias mulheres. No Brasil, a herança de mais de quatro séculos de escravidão acentua essa

dinâmica. As autoras Pereira, Arribas e Cardoso (2022) destacam que quanto maior a renda – e, neste caso, a maioria é composta por mulheres brancas – menor é a carga de trabalho, pois podem delegar o serviço à alguém, em concordância com Saffioti (1992), segundo a qual a vida de uma mulher varia conforme a classe social em que está inserida, permanecendo, contudo, sempre submissa a um homem.

Nota-se, claramente, que a vida de mulher varia segundo a classe social dos elementos do sexo feminino. Se a operária gasta duas horas por dia no trânsito, mais oito na fábrica, e quatro nos serviços domésticos, a burguesia dispõe de serviços que executam os trabalhos domésticos em sua residência. (Saffioti, 1992, p. 8-9).

Diante das barreiras impostas à permanência no mercado formal e da necessidade de sobrevivência, as ocupações informais no meio digital aparecem como uma possibilidade de conciliar a geração de recursos com o tempo dedicado à família. Entretanto, as plataformas utilizam o discurso do empoderamento feminino não apenas como elemento simbólico, mas como estratégia central do seu modelo de negócios, incentivando a adesão e permanência das mulheres nessas atividades sob a promessa de autonomia e flexibilidade. Nesse contexto, o empoderamento é esvaziado de seu sentido coletivo e político.

Percebe-se que as narrativas de determinadas plataformas se apropriam de pautas dos movimentos feministas, como o combate à violência de gênero, flexibilidade e empoderamento, associando a imagem da mulher empoderada à autonomia financeira e ao sucesso profissional, sem considerar as clivagens sociais como barreiras. Não obstante, esse setor reproduz e reforça situações de precariedade (Pereira; Arribas; Cardoso, 2022, p. 9).

Ao transferirem para as trabalhadoras a responsabilidade pelo sucesso ou fracasso, as plataformas deslocam para o plano individual aquilo que é produto de uma estrutura desigual, uma vez que nem todas terão os mesmos retornos, em razão de um sistema estruturalmente precarizado onde “a desigualdade é uma característica e não uma eventualidade do trabalho por plataformas” (Grohmann e Salvagni, 2023, p. 51).

Dessa forma as plataformas não eliminam as desigualdades estruturais do trabalho feminino, mas as reorganizam sob novas linguagens e formatos, convertendo relações históricas de exploração em oportunidades aparentemente individuais. Na verdade, o trabalho em plataformas não rompe com a divisão sexual do trabalho; ele se apoia nela, ao naturalizar a conciliação entre trabalho produtivo e cuidado.

A falta de acesso à internet de qualidade, a um espaço adequado de trabalho, a recursos tecnológicos, ao domínio de ferramentas digitais e às oportunidades de crescimento

impõe limites concretos à atuação das mulheres nesse meio. Soma-se a isso a exigência de adequação a padrões estéticos corporais e de apresentação pessoal, bem como a necessidade de mobilização constante de trabalho emocional para lidar com as demandas, engajamentos e interações nas redes, o que se articula à persistência da dupla ou tripla jornada.

Trabalho invisibilizado

O conceito de trabalho invisibilizado refere-se a atividades não remuneradas que, embora essenciais, não recebem o devido reconhecimento econômico, jurídico ou simbólico. Tradicionalmente, esse tipo de trabalho está associado ao ambiente doméstico, majoritariamente realizado por mulheres, responsáveis pelo cuidado dos lares, filhos e idosos. Em 2022, as mulheres brasileiras, em média, gastaram 21 horas semanais em trabalhos domésticos e/ou cuidados com pessoas (IBGE, 2024). Esse conceito permite compreender, no caso de ensino apresentado, como a sobrecarga de trabalho feminino se mantém e se intensifica, uma vez que as responsabilidades domésticas e de cuidado permanecem naturalizadas mesmo quando as mulheres passam a desempenhar atividades produtivas, inclusive no ambiente digital.

A lógica da exploração silenciosa presente no trabalho invisibilizado ganha uma nova dimensão na era das plataformas digitais, especialmente a partir do conceito de *digital labor* (trabalho digital) abordado por Casilli (2020). Nesse modelo, a flexibilidade se combina com uma subordinação invisível e com a transferência de responsabilidades para o trabalhador, enquanto as Big Techs são as principais beneficiadas, uma vez que essas empresas potencializam e transformam esses processos conforme os próprios interesses (Pinheiro-Machado et al., 2024).

A desvalorização e a invisibilidade econômica dessas atividades resultam diretamente da divisão sexual do trabalho, construída socialmente. Para Saffioti (1992), as posições desiguais entre homens e mulheres constituem um processo naturalizado e transmitido de geração em geração, em que a sociedade define os espaços de atuação de cada um. Assim, mesmo quando a mulher obtém a ‘permissão’ para trabalhar fora, continua sendo responsabilizada pelos afazeres e cuidados do lar.

Quando se afirma que é natural que a mulher se ocupe do espaço doméstico, deixando livre para o homem o espaço público, está-se, rigorosamente, naturalizando um resultado da história. Dada a desvalorização social do espaço doméstico, os poderosos têm interesse em instaurar a crença de que este papel sempre foi tão empenhado por mulheres. Para a solidificação desta

crença nada melhor do que retirar desta atribuição de papéis sua dimensão sociocultural. Ao se afirmar que sempre e em todos os lugares as mulheres se ocuparam do espaço doméstico, eliminam-se as diferenciações históricas e ressaltam-se os característicos "naturais" destas funções (Saffioti, 1992, p.11).

Segundo Silva (2024), as mulheres, tanto no Brasil quanto fora, assumem uma parcela muito maior das responsabilidades domésticas e de cuidado, o que leva à redução do tempo disponível em trabalhos remunerados ou para desenvolver-se profissionalmente. Conforme a autora as “mulheres negras, indígenas e aquelas que vivem em regiões mais pobres enfrentam múltiplas camadas de discriminação, o que as coloca em desvantagem ainda maior em termos de oportunidades e salários” (Silva, 2024).

As autoras Pereira, Arribas e Cardoso (2022, p. 3) ressaltam que a marca deixada pelo período escravocrata no Brasil, revela as diferenças existentes entre as mulheres quando falamos de trabalho doméstico e de cuidados. Segundo o IBGE (2024), mulheres negras dedicam, em média, 1,6 horas a mais do que mulheres brancas a serviços domésticos e de cuidados. Nesse sentido, conforme aponta Saffioti (1992), as mulheres negras são colocadas em uma posição de subalternidade dupla: por serem mulheres e por serem negras.

É importante lembrar que a primeira onda do feminismo concentrou-se predominantemente nos direitos das mulheres brancas, excluindo as especificidades vivenciadas pelas mulheres negras. Foi apenas a partir da segunda onda feminista, na década de 1960, que as demandas relativas às mulheres negras passaram a integrar de forma mais significativa as discussões feministas.

Dessa forma, o conceito de trabalho invisibilizado constitui um referencial central para a leitura do caso de ensino, ao permitir compreender como desigualdades históricas de gênero, raça e classe são reatualizadas no trabalho digital, mantendo a sobrecarga feminina sob novas formas de organização do trabalho.

2. OBJETIVOS DE ENSINO

A aplicação do caso é voltada para estudo de graduação na área de Ciências Sociais Aplicadas, em disciplinas de Gestão de pessoas, Estudo de gênero, Empreendedorismo, Legislação trabalhista, Marketing e Sistemas de informações gerenciais. O estudo desse caso tem por objetivo geral **analisar os fatores sociais, econômicos e simbólicos que**

influenciaram a decisão de mulheres de se tornarem criadoras de conteúdo afiliadas às plataformas digitais de venda, considerando as relações de gênero, raça e classe.

- Identificar os motivos que levam mulheres a atuarem como criadoras de conteúdos de plataformas de vendas em mídias sociais;
- Analisar as contradições entre as expectativas iniciais de autonomia e flexibilidade e a experiência concreta de instabilidade, sobrecarga e exposição a violências no trabalho digital vivenciado por mulheres;
- Verificar de que maneira as estruturas sociais de gênero, classe e raça atravessam e condicionam as escolhas e possibilidades de atuação de mulheres que trabalham como criadoras de conteúdos afiliados, produzindo desigualdades diferenciadas no acesso, na permanência e nos retornos desse trabalho.

Relação das disciplinas com os objetivos

Gestão de pessoas- Discussão sobre as consequências da precarização, a gestão do trabalho em um contexto de exploração digital invisível e os limites da gestão tradicional frente às novas formas de trabalho não reconhecidas legalmente. O caso explora como o trabalho plataformizado se estabelece como estratégia de sobrevivência diante da escassez de alternativas estáveis e como a plataforma se beneficia da força de trabalho de Elena sem assumir responsabilidades. Permite debater as barreiras enfrentadas para a sustentabilidade do trabalho, incluindo recursos materiais (internet, espaço) e emocionais (lidar com assédio e preconceito online).

Legislação trabalhista- Foco na ausência de vínculo empregatício formal e na transferência integral dos riscos para a trabalhadora. O caso incentiva a discussão sobre a lacuna regulatória no Brasil em relação ao trabalho em plataformas digitais, a necessidade de regulamentação para garantir direitos básicos e os desafios legais para qualificar o vínculo trabalhista (como a subordinação algorítmica).

Empreendedorismo- Questionar a autonomia e o empreendedorismo propagados pelas plataformas em contraste com a realidade da instabilidade dos ganhos e a subordinação invisível. Permite a discussão sobre a diferença entre o empreendedorismo por necessidade (impulsionado pela escassez de alternativas) e o empreendedorismo por oportunidade. Permite avaliar o papel da capacitação tecnológica na sustentabilidade do trabalho e as barreiras socioeconômicas (classe, baixa escolaridade, falta de recursos) que limitam essa capacitação para mulheres como Elena. A disciplina pode usar o caso para discutir a diferença entre a

ilusão de autonomia e o empreendedorismo real em um sistema estruturalmente precarizado (o trabalho plataformizado se estabelece como estratégia de sobrevivência diante da escassez de alternativas estáveis).

Sistemas de informações gerenciais- Análise crítica de como a tecnologia de informação é utilizada como ferramenta de gestão e controle do trabalho, e não apenas como instrumento técnico, permitindo evitar leituras excessivamente instrumentais. O caso permite discutir como a plataforma digital funciona como um sistema complexo que gerencia e extrai valor do trabalho humano por meio de dados e algoritmos.

Estudo de gênero- Permite a análise da divisão sexual do trabalho, que historicamente divide homens e mulheres entre as esferas produtiva e reprodutiva respectivamente. O caso ilustra a dupla ou tripla jornada, já que Elena acumula o trabalho digital com os afazeres domésticos, um trabalho invisibilizado e majoritariamente feminino. Também permite discutir a retórica do empoderamento feminino utilizada pelas plataformas e como ela encobre as relações desiguais de poder. O caso ainda aborda a persistência das desigualdades estruturais que afetam fortemente mulheres negras de baixa renda.

Marketing- Permite a análise crítica do marketing de afiliados como uma forma de publicidade online, a instrumentalização do indivíduo na construção da reputação da marca e, principalmente, a discussão sobre os limites éticos do marketing digital frente à precarização do trabalho. O caso permite analisar o papel da afiliada na promoção de produtos e serviços em plataformas digitais visando fortalecer o alcance e credibilidade da marca. O estudo também aborda o uso de mídias sociais e métricas de engajamento como ferramentas essenciais de trabalho. Incentiva o debate sobre as contradições (flexibilidade vs. publicações contínuas) e a estratégia de empoderamento feminino utilizada como discurso de negócios que encobre relações desiguais de poder. O caso também aborda as implicações éticas dos riscos emocionais enfrentados pelas afiliadas, como o assédio e os comentários preconceituosos, que afetam a sustentabilidade do trabalho.

3. METODOLOGIA

O trabalho foi desenvolvido por meio de pesquisa bibliográfica e documental, com o enfoque metodológico qualitativo, visando à construção de um caso de ensino que aborda questões enfrentadas por mulheres no mercado de trabalho, assim como a sobrecarga da vida

familiar. A narrativa tem como base a história de Elena Martins, uma personagem fictícia construída a partir de situações recorrentes identificadas na literatura e em dados documentais, de modo a assegurar verossimilhança empírica e coerência com o contexto socioeconômico analisado.

Na elaboração do caso, foram utilizados dados secundários obtidos em bases científicas de acesso livre, como Google Acadêmico e SciELO. Além disso, a ferramenta Perplexity IA foi empregada como apoio exclusivamente para localização de referências primárias, sem substituir a análise crítica e a seleção realizada pela pesquisadora. Complementam a pesquisa livros, revistas e periódicos na área de ciências sociais e humanas, dados estatísticos fornecidos pelo IBGE e Serasa Experian, bem como notícias e reportagens de portais reconhecidos, como o Sebrae.

Para conferir maior concretude e fidelidade à narrativa, também foram pesquisadas páginas de afiliadas em plataformas digitais de venda, com o objetivo de identificar elementos práticos e experiências reais que fundamentassem a construção do caso e seus desdobramentos.

Após a busca preliminar, aplicou-se a técnica bola de neve, definida por Vinuto (2014) como uma amostragem não probabilística que identifica novas referências a partir de fontes já encontradas, ampliando assim a base de pesquisa. Essa técnica mostrou-se especialmente pertinente pela natureza interdisciplinar e dispersa da produção acadêmica sobre trabalho digital, gênero e plataformas, permitindo aprofundar a fundamentação teórica e estruturar a narrativa do caso de ensino.

4. PROPOSIÇÃO DE TAREFAS

Questão 1- Como a trajetória prévia de Elena Martins, marcada pela informalidade tradicional (como trabalhadora doméstica) e o vínculo formal precário na pousada, se conecta com sua inserção no marketing de afiliados? Em que medida a plataformização do trabalho não apenas perpetua a precariedade que Elena já enfrentava, mas reorganiza? Discuta como a promessa de autonomia e flexibilidade mascara o fato de que as responsabilidades, os riscos da atividade e a ausência de vínculo empregatício formal são integralmente transferidos para a trabalhadora (transferência integral dos riscos).

Questão 2- Analisando o cenário da pandemia da Covid-19 que levou à demissão de Elena, de que forma a inserção no trabalho digital informal, como o marketing de afiliados, é

configurada menos como uma 'escolha genuína' e mais como uma 'estratégia de sobrevivência' diante da escassez de alternativas estáveis (Oliveira e Jorge, 2024)? Como a interseccionalidade de gênero, raça e classe influencia essa decisão para mulheres como Elena (mulher negra e de origem humilde)?

Questão 3- O discurso da autonomia, flexibilidade e empoderamento feminino, apropriado pelas plataformas como estratégia central de negócios, reflete a realidade do trabalho de Elena? Considerando a transferência integral dos riscos e custos da atividade para a trabalhadora, a instabilidade de ganhos e a sobrecarga do trabalho emocional (lidar com assédio e preconceito online), quais são as contradições evidentes entre essa retórica e a realidade do trabalho digital de Elena? (O caso também ilustra a dupla jornada, já que Elena acumula o trabalho digital com afazeres domésticos).

Questão 4- Elena tinha pouco conhecimento sobre redes sociais e precisou do apoio do filho para aprender a atuar como afiliada. Considerando o conceito de digital labor (trabalho digital) de Casilli (2020), de que maneira a falta de acesso a recursos tecnológicos, a internet de qualidade e a um espaço adequado de trabalho impõem limites concretos à atuação das mulheres e perpetuam desigualdades de classe no trabalho plataformizado?

Questão 5- O trabalho invisibilizado, tradicionalmente associado ao ambiente doméstico e de cuidados, ganha uma nova dimensão na era das plataformas digitais. De que forma a dupla ou tripla jornada, que obriga Elena a acumular o trabalho digital com o trabalho doméstico não remunerado, intensifica a precariedade do seu trabalho como afiliada digital? Conecte o conceito histórico de desvalorização social do trabalho doméstico (Saffioti, 1992) com a experiência contemporânea de Elena e discuta como as desigualdades estruturais de raça agravam a carga do trabalho invisibilizado para mulheres negras de baixa renda como ela.

Questão 6- Em um cenário de lacuna regulatória no Brasil para o trabalho em plataformas digitais, como a ausência de um marco legal específico impacta a proteção de trabalhadoras como Elena, especialmente diante da exploração digital invisível e dos riscos não regulamentados, como os comentários preconceituosos, machistas e racistas que ela sofreu? Qual o papel da regulamentação na responsabilização das big techs?

Questão 7- Considerando a complexa relação entre flexibilidade desejada e precariedade estrutural, e as desigualdades interseccionais que atravessam a atuação de Elena,

qual hipótese de solução política e regulatória poderia ser formulada para transformar o trabalho plataformizado feminino em uma ocupação sustentável e decente? A solução deve abordar tanto a garantia de direitos trabalhistas básicos (como previdência social) quanto a capacitação digital.

5. ORGANIZAÇÃO DA AULA PARA USO DO CASO

Duração total estimada: 2h (uma aula de 120 minutos).

Público-alvo: Ciências Sociais Aplicadas.

Formato: Aula expositiva-dialogada com dinâmica de discussão em grupo.

1. Acolhimento e contextualização (10 min)

- O professor apresenta os objetivos da aula;
- Breve introdução ao tema do trabalho plataformizado e informalidade feminina;
- Projeção de um slide inicial com a pergunta norteadora:

“Quais fatores relacionados a gênero, classe e raça influenciam a decisão dessas mulheres em se tornarem afiliadas de plataformas digitais de venda? E, de forma mais ampla, em que medida essas novas formas de trabalho configuram possibilidades reais de emancipação ou perpetuam desigualdades históricas no mundo do trabalho feminino?”

Recursos: projetor/multimídia, quadro e pincéis.

2. Leitura orientada do caso (20 min)

- Distribuir o texto do caso de ensino sobre *Elena Martins*;
- Os alunos lerem individualmente ou em duplas;
- Professor sugere que destaquem elementos relacionados a:
 - Condições de trabalho;
 - Aspectos de gênero, raça e classe;
 - Discursos de autonomia versus realidade de precarização.

Recursos: cópias impressas do caso ou versão digital em sala virtual.

3. Discussão em pequenos grupos (30 min)

- Dividir a turma em **4 a 5 grupos**;

- Cada grupo responde **duas das perguntas propostas no caso** (já presentes no material do professor);
- Orientação: escrever ideias principais em cartazes ou quadros brancos móveis.

Objetivo pedagógico: estimular análise crítica e aplicação dos conceitos de plataformização, gênero e informalidade.

Recursos: cartolina/quadro móvel, canetas coloridas.

4. Socialização e debate coletivo (30 min)

- Cada grupo apresenta suas respostas em **5 minutos**;
- O professor organiza a síntese no quadro, relacionando pontos em comum e divergências.
- Destacar a relação com os **objetivos de ensino**:
 - Identificar fatores estruturais da plataformização do trabalho;
 - Compreender desigualdades interseccionais;
 - Refletir sobre impactos sociais, econômicos e legais.

5. Síntese teórica e fechamento (20 min)

- O professor faz uma explanação dialogada relacionando o debate com a **fundamentação teórica** (Antunes, Grohmann & Salvagni, Pereira, Arribas, Cardoso, etc.).
- Sugestão de quadro de síntese:
 - **Oportunidades** (flexibilidade, renda extra, autonomia);
 - **Riscos** (informalidade, precarização, invisibilidade do trabalho);
 - **Contradições** (discurso de empoderamento vs. realidade).

Recursos: quadro, marcador ou slide com esquema resumo.

6. Encerramento e avaliação (10 min)

- Retomar a pergunta inicial da aula;
- Solicitar que cada aluno escreva em um post-it ou formulário digital uma hipótese de solução para reduzir riscos e ampliar oportunidades no trabalho plataformizado feminino;

- O professor recolhe e comenta algumas ideias.

Recursos: post-its ou formulário no Google Forms

7. Necessidades de materiais e infraestrutura

- Sala com quadro branco e projetor multimídia;
- Cópias do caso (impressas ou digitais);
- Cartolina;
- Marcadores coloridos;
- Recursos digitais opcionais: Google Forms para respostas rápidas.

REFERÊNCIAS

ANTUNES, R. O privilégio da servidão: o novo proletariado de serviços na era digital. São Paulo: Boitempo, 2018.

CASILLI, A. A. Da classe virtual aos trabalhadores do clique: a transformação do trabalho em serviço na era das plataformas digitais. **Matrizes**, São Paulo, v. 14, n. 1, p. 13-21, 2020. DOI: 10.11606/issn.1982-8160.v14i1p13-21.

GROHMANN, R. do N.; SALVAGNI, J. Trabalho por plataformas digitais: do aprofundamento da precarização à busca por alternativas democráticas. São Paulo: Edições SESC SP, 2023.

IAB Brasil. E-book IAB Brasil – Marketing de afiliados. São Paulo, 2017. Disponível em: <https://iabbrasil.com.br/e-book-marketing-de-afiliados/>. Acesso em: 12 dez. 2025.

IBGE. Mulheres pretas ou pardas gastam mais tempo em tarefas domésticas, participam menos do mercado de trabalho e são mais afetadas pela pobreza. **Agência de Notícias IBGE**, [Brasília], 8 mar. 2024. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/39358-mulheres-pretas-ou-pardas-gastam-mais-tempo-em-tarefas-domesticas-participam-menos-d-o-mercado-de-trabalho-e-sao-mais-afetadas-pela-pobreza>. Acesso em: 1 ago. 2025.

JANUÁRIO, F. de A. Os efeitos colaterais do novo marketing de afiliados. **Revista do Instituto de Ciências Humanas**, v. 18, n. 28, p. 1–22, 2022. Disponível em: <https://periodicos.pucminas.br/revistaich/article/view/28896>. Acesso em: 21 jan. 2026.

LIMA, J. C.; BRIDI, M. A. da C. Trabalho digital e emprego: a reforma trabalhista e o aprofundamento da precariedade. **Revista do Centro de Ciências Humanas**, Salvador, v. 32, n. 86, p. 325-341, jul./dez. 2023. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/crh/article/view/30561>. Acesso em: 1 ago. 2025.

OLIVEIRA, B. R.; JORGE, M. A. Informalidade brasileira: o fenômeno tem rosto feminino? uma análise para o período 2012-2019. **Revista da ABET**, v. 22, n. 2, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.61999/abet.1676-4439.2023v22n2.63247>.

PEREIRA, M. J. T.; ARRIBAS, C.; CARDOSO, A. C. M. Plataformização do trabalho e empoderamento feminino: descompassos entre discursos e práticas. **Revista Ciências do Trabalho**, São Paulo, v. 21, n. 21, p. 1-22, 2022. Disponível em: <https://rct.dieese.org.br/index.php/rct/article/view/293>. Acesso em: 1 ago. 2025.

PINHEIRO-MACHADO, R.; MATHEUS, J.; ALVES-SILVA, W.; FRID, M.; PETRA, P.; PENALVA, J. Mídias sociais como plataforma de trabalho digital: avaliando os impactos sociais, culturais e políticos da migração do mercado de trabalho para o Instagram. **Digital Economy and Extreme Politics**, n. 1, 2024.

SAFFIOTI, H. I. B. O poder do macho. São Paulo: **Moderna**, 1992.

SEBRAE. Marketing de afiliados remunera produtores de conteúdo. **Portal Sebrae**, Manaus, jul. 2025. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/am/artigos/marketing-de-afiliados-remunera-prod>

[utores-de-conteudo.2e92dd38d334e810VgnVCM1000001b00320aRCRD](#). Acesso em: 1 ago. 2025.

SERASA EXPERIAN. Mês da Mulher: sobe de 29% para 46% o número de brasileiras que empreendem em busca de flexibilidade, mostra pesquisa da Serasa Experian. **Sala de Imprensa Serasa Experian**, [São Paulo], 2025. Disponível em: <https://www.serasaexperian.com.br/sala-de-imprensa/pmes/mes-da-mulher-sobe-de-29-para-46-o-numero-de-brasileiras-que-empreendem-em-busca-de-flexibilidade-mostra-pesquisa-da-serasa-experian/>. Acesso em: 20 ago. 2025.

SILVA, R. Desigualdade de gênero no mercado de trabalho: obstáculos e alternativas para a equidade no Brasil. **Revista Ciências do Trabalho**, São Paulo, v. 26, p. [não informado], dez. 2024. Disponível em: <https://rct.dieese.org.br/index.php/rct/article/view/448>. Acesso em: 1 ago. 2025.

SILVEIRA, L. D. R. O marketing de afiliados e a cadeia de fornecimento: uma análise da responsabilidade civil. 2023. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Direito) – Faculdade de Direito de Vitória, Vitória, 2023. Disponível em: <http://191.252.194.60:8080/handle/fdv/1555>. Acesso em: 12 dez. 2025.

VINUTO, J. A amostragem em bola de neve na pesquisa qualitativa: um debate em aberto. **Temáticas**, Campinas, v. 22, n. 44, p. 203-220, dez. 2014. DOI: 10.20396/tematicas.v22i44.10977. Disponível em: <https://econtents.sbu.unicamp.br/inpec/index.php/tematicas/article/view/10977>. Acesso em: 24 out. 2025.