



Desigualdades de gênero e hierarquias sociais entre profissionais mulheres no Turismo¹

Gender inequalities and social hierarchies among women professionals in Tourism

1. Glória Stefane Freitas de Souza  <https://orcid.org/0009-0008-5433-2664>
1. Universidade Federal do Tocantins  Arraias, Tocantins, Brasil
2. Jorgeanny de Fátima Rodrigues Moreira  <https://orcid.org/0000-0001-7622-2089>
2. Universidade Federal do Tocantins  Arraias, Tocantins, Brasil

Autor de correspondência: jorgeanny.moreira@uft.edu.br

RESUMO

O objetivo da pesquisa, que resulta esse artigo, é abordar as formas de discriminação de gênero no campo profissional do turismo, e que desemboca em hierarquias sociais no trabalho. Levantou-se a hipótese de que as desigualdades de gênero, além de salariais, também incluem a exigência por boa aparência, discriminações em relação ao peso e a idade, por exemplo. Nessa perspectiva, buscou-se pesquisar como as mulheres, que atuam no mercado turístico, veem a cobrança por boa aparência para a contratação de profissionais nesse setor. No estudo, utilizou-se a abordagem qualitativa, mas também contou-se com dados quantitativos coletados para a realização de uma análise comparativa e descritiva dos resultados. O método empregado nesse estudo envolveu revisão de literatura e aplicação de questionários disponibilizados em formato *online* por entender que as ferramentas virtuais abarcariam amostras mais amplas, contemplando trabalhadoras de todo o país. Entende-se que essa área de estudos ainda é pouco explorada pelos pesquisadores brasileiros visto que as respondentes em geral conhecem muito sobre os seus direitos trabalhistas, mas curvam-se às exigências discriminatórias para se inserirem no mercado de trabalho.

Palavras-chave: Gênero. Raça. Classe. Trabalho.

ABSTRACT

The objective of the research that results from this article was to address the forms of gender discrimination in the professional field of tourism, which leads to social hierarchies at work. It was hypothesized that gender inequalities, in addition to wages, also include the requirement for good appearance, discrimination in relation to weight and age, for example. From this perspective, we sought to research how women, who work in the tourism market, see the demand for good looks when hiring professionals in the tourism sector. In the study, the qualitative approach was used, but quantitative data collected were

¹ Este artigo é resultado do Trabalho de Conclusão do Curso Turismo Patrimonial e Socioambiental da Universidade Federal do Tocantins, Câmpus Arraias.

also used to carry out a comparative and descriptive analysis of the results. The method used in this study involved a literature review and the application of a questionnaire made available in an online format, as it was understood that the virtual tools would cover broader samples, including workers from all over the country. It is understood that this area of study is still little explored by Brazilian researchers, since the respondents generally know a lot about their labor rights, but how to discriminatory demands to enter the labor market.

Keywords: Gender. Race. Class. Work.

Introdução

O presente estudo aborda as desigualdades de gênero no mercado turístico, e como as discriminações e opressões acontecem em relação ao trabalho feminino no setor de turismo, desembocando em hierarquias sociais ao atentar para as intersecções entre gênero e outras categorias, como raça, etnia, classe, sexualidade e capacidades (Ketzner, 2021).

Busca-se ainda, identificar se tais desigualdades, entre homens e mulheres, no mercado de trabalho do turismo ocorrem em relação à aparência, salário e idade nas funções de trabalho. O interesse pelo tema surgiu a partir do grupo de estudos sobre Teorias Feministas e Estudos das Mulheres e na disciplina Turismo e Questão de Gênero, ambos como atividades desenvolvidas no curso de Turismo Patrimonial e Socioambiental da Universidade Federal do Tocantins. Alguns temas despertaram maior atenção, como o fato de mulheres serem maioria ocupando o mercado de trabalho no turismo, e ainda assim exercerem poucas funções de chefia e receberem salários inferiores aos dos homens.

Durante os debates muitas estudantes, que já atuavam nesta área, relatavam questões relacionadas ao assédio e discriminação ao tentarem ocupar funções em pousadas, hotéis ou como guias/conductoras de turismo. Concomitantemente, o livro *O mito da beleza* da autora Naomi Wolf era debatido em uma das ações do projeto de extensão Gênero, Trabalho e Cidadania, na Universidade Federal do Tocantins, Câmpus de Arraias. Aliou-se as leituras aos debates da disciplina para que o tema fosse aceito tanto pelo curso como pela professora orientadora como possível projeto de pesquisa de Trabalho de Conclusão de Curso. O problema de pesquisa que se apresentava era: Quais as formas de desigualdades, discriminações e opressões as mulheres, que atuam profissionalmente no turismo, estão vulneráveis?

Em alguns debates, tanto no grupo de estudos como na disciplina de Turismo e Questão de Gênero, estudantes relatavam que a principal forma de assédio no mercado turístico estava associada a cobrança por boa aparência pelos empregadores. Não há justificativa biológica ou histórica legítima para o mito da beleza. O que ele faz com as mulheres é o resultado de estruturas culturais, econômicas e de poder historicamente construídas no Ocidente (Wolf, 1992). Para Butler (2017), consiste em alienação emocional, repressão política, financeira e sexual contra as mulheres.

O corpo feminino está no centro deste debate porque é conduzido às performances esperadas. Ao passo que, para os homens, sua capacidade intelectual não é questionada pelo trabalho realizado, para as mulheres esses mesmos fatores serão questionados e atrelados ao nível da aparência, da idade e a adequação aos papéis de gênero, como o cuidar e o servir (Connel; Pearse, 2015). Os papéis de gênero estão atrelados à divisão sexual do trabalho em que “os homens são prioritariamente associados à esfera produtiva – o mundo do trabalho remunerado - e as mulheres à esfera reprodutiva – todo o trabalho de reprodução humana, de cuidado, de afeto, alimentação, limpeza e as demais atividades domésticas” (Brasil, 2014, s/p.).

No percurso teórico-metodológico adotado para esse estudo, chegou-se à hipótese de que um dos fatores que constitui as desigualdades em relação às profissionais femininas no setor do turismo é a cobrança por boa aparência física e/ou adequação destas mulheres aos padrões estereotipados, corroborando para uma hierarquia social.

A sociedade hierarquiza o gênero construindo noções de masculinidade e feminilidade. Segundo Connel e Messerschmidt (2013), a masculinidade hegemônica consiste em um padrão de práticas que permitem aos homens a dominação sobre as mulheres. Além disso, a hegemonia masculina pode estabelecer a hierarquização, até mesmo, entre as próprias mulheres, as categorizando entre belas, feias, magras, gordas, padrão e não-padrão.

Tendo em vista, a pesquisa proposta é de caráter exploratório descritiva, pois se baseia em um estudo exploratório, cujo objetivo é descrever o fenômeno analisado por meio empírico e teórico conceitual. Contamos ainda, com a seleção de informações por

intermédio da observação e descrição qualitativa (Marconi; Lakatos, 2010). No estudo, utilizou-se os dados quantitativos coletados para a realização de uma análise comparativa e descritiva dos resultados que envolvem especialmente as mulheres.

A metodologia se concentrou, portanto, na revisão de literatura sobre turismo e gênero, bem como as desigualdades de gênero no ambiente de trabalho de profissionais femininas. Em um segundo momento pautou-se na aplicação de questionários contendo 16 perguntas, abertas e fechadas, e respondidos por 71 mulheres que atuam profissionalmente na área do turismo. Essa fase ocorreu no período de 3 meses, entre janeiro e abril de 2022, e aconteceu de forma remota, por meio do *Google Forms*, tendo em vista o período emergencial provocado pela pandemia de Covid-19, em que o distanciamento social foi necessário. Além disso, entende-se que as ferramentas virtuais abarcam amostras mais amplas contemplando trabalhadoras de todo o país.

Mulheres e o trabalho no setor de turismo

A situação das mulheres no mercado de trabalho tem sido estudada como causa e efeito das desigualdades de gênero. No contexto econômico, a desigualdade de gênero se traduz em diferentes formas para a desvantagem profissional feminina, notadamente salários mais baixos e menos oportunidades de progressão na carreira. Como resultado, as mulheres estão mais vulneráveis à pobreza e às crises financeiras (Chant, 2008).

A desvantagem salarial das mulheres foi documentada em diferentes setores, incluindo o turismo, e em diferentes países ao redor do mundo (Rinaldi; Salerno, 2020), revelando os prejuízos da divisão sexual do trabalho. No que se refere a divisão sexual do trabalho, Hirata e Kergoat (2007, p. 596) adotam uma acepção sociográfica em que estuda-se a distribuição diferencial de homens e mulheres no mercado de trabalho, nos ofícios e nas profissões, e as variações no tempo e no espaço dessa distribuição; e se analisa como ela se associa à divisão desigual do trabalho doméstico entre os sexos (Hirata; Kergoat, 2007, p. 596).

A desigualdade de gênero, e a divisão desigual do trabalho, é um problema em países cuja tradição patriarcal ainda é imperativa. E “no âmbito profissional, resulta em

diferenças nas oportunidades e nos salários, em discriminação nos espaços de trabalho e na sub-representação das mulheres nas posições de liderança e poder” (Minasi; Mayers; Santos, 2022, p. 2).

Nesta perspectiva, Costa et al. (2016) mostram, com base em pesquisa quantitativa, que nenhum homem admitiu enfrentar dificuldades para empreender no ramo do turismo, enquanto 12% das mulheres entrevistadas responderam que tem dificuldades para tornarem-se empreendedoras devido ao seu gênero. Isso corrobora o fato de que para as mulheres pesam as questões familiares e o de cuidado que são delegadas a elas. De acordo com a Pnad Contínua (Brasil, 2019, s/p.),

O indicador Nível de Ocupação das pessoas de 25 a 49 anos mostra que a presença de crianças com até 3 anos de idade vivendo no domicílio é uma característica importante na determinação da ocupação das mulheres no mercado de trabalho. Entre aquelas que possuem crianças nesse grupo etário, a proporção de ocupadas em relação à PIT é de 54,6%, abaixo dos 67,2% daquelas que não possuem. O nível de ocupação dos homens é superior ao das mulheres em ambas as situações, sendo inclusive maior entre os homens com crianças com até 3 de idade vivendo no domicílio (Brasil, 2019, s/p.).

Esses dados demonstram que os aspectos culturais em uma sociedade patriarcal delegam às mulheres o papel de cuidar dos filhos, enquanto aos homens cabem prover a família. Isso não se manifesta na redução de mulheres nos postos de trabalho de maneira global, uma vez que são maioria em muitas funções, mas impacta na participação de pessoas do gênero feminino em ascensão profissional. No Brasil, as mulheres ocupam 37,4% de posição de chefia e gerencial, enquanto homens são favorecidos com mais de 60% desses postos (IBGE, 2021).

Correlaciona-se a esta informação à pesquisa da Organização Mundial de Turismo (OMT, 2019), em que as mulheres representam mais da metade (54%) da força de trabalho do turismo mundial, embora representem apenas 39% da economia global, pois mesmo como maioria nos postos de trabalho, as mulheres ganham em média 14,7% menos que os homens no turismo. Na economia em geral, a diferença salarial é de 16,8% inferior para mulheres. Em muitos casos, os salários mais baixos são o resultado de oportunidades desiguais na carreira.

Segundo dados do Ministério do Turismo, mais da metade dos guias turísticos cadastrados no Cadastur são mulheres. Segundo uma pesquisa deste Ministério, as mulheres representavam 56,9% da força de trabalho ativa do MTur (Mtur, 2020). Ainda assim, de acordo com Minasi et. al. (2022, p. 2) dados revelam que as mulheres ganham menos que os homens na função de guias e condutoras de turismo. E isso se manifesta em formas de segregação sexual e discriminação em relação às profissionais mulheres promovendo a desigualdade de gênero.

Destarte, as mulheres ocupam cargos subalternos no turismo, como atendimento ao público e auxiliares de cozinha. Minasi et. al. (2022) revelam que

quando analisada por atividade específica, nota-se que a proporção de mulheres é maior nas agências e operadoras de turismo e nos serviços de alojamento (57%). A participação feminina também é majoritária nos serviços de alimentação (53%). Nas demais atividades turísticas, o percentual de mulheres é inferior a 50%, chegando a apenas 15% no transporte rodoviário (Minasi et. al., 2022, p. 8).

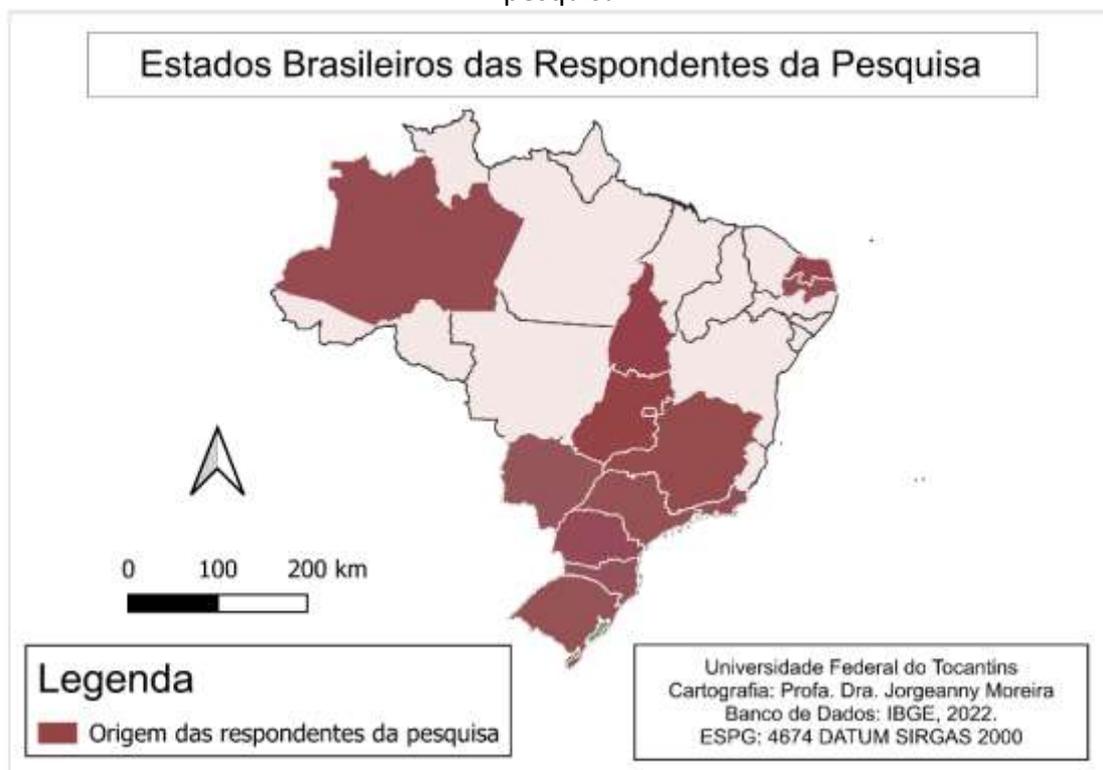
Dados da mesma pesquisa mostram que 91% dos serviços de camareira, 62% de cozinha e 65% em recepção são ocupados por mulheres. Isso reforça a divisão sexual do trabalho e os papéis de gênero, em que a ideia de cuidado é designada às pessoas do gênero feminino também no mundo do trabalho. Federici (2019, p. 46) argumenta que “como o trabalho doméstico é totalmente naturalizado e sexualizado, uma vez que se torna um atributo feminino, todas as mulheres são caracterizadas por ele”.

É evidente que houve avanços, e que atualmente há a inserção das mulheres no setor de serviços para além daqueles ligados ao cuidado como o trabalho doméstico. Todavia, as mulheres sempre encontram entraves para a colocação no mercado de trabalho, entre eles existe, muitas vezes, a exigência sobre a aparência, uma das formas encontradas pela sociedade machista e sexista em ter controle sobre os corpos femininos, reforçar a desigualdade, e criar hierarquias sociais e de gênero no mercado de trabalho.

Desigualdades e hierarquias sociais no mercado turístico

A pesquisa demonstrou, que assim como coloca Kergoat (2002), a divisão sexual do trabalho se apoia em dois princípios: de separação (há trabalhos de homens e de mulheres) e o princípio hierárquico (trabalho masculino vale mais que o feminino). Entretanto, os resultados dos questionários aplicados demonstraram outros entraves para a conquista do trabalho no turismo pelas mulheres, entre eles àqueles relacionados à aparência física das candidatas ao emprego. Esses resultados confluem para o fato das desigualdades, e para as hierarquias que surgem entre as mulheres que estão disputando as vagas de trabalho.

Figura 1. Origem das respondentes da pesquisa



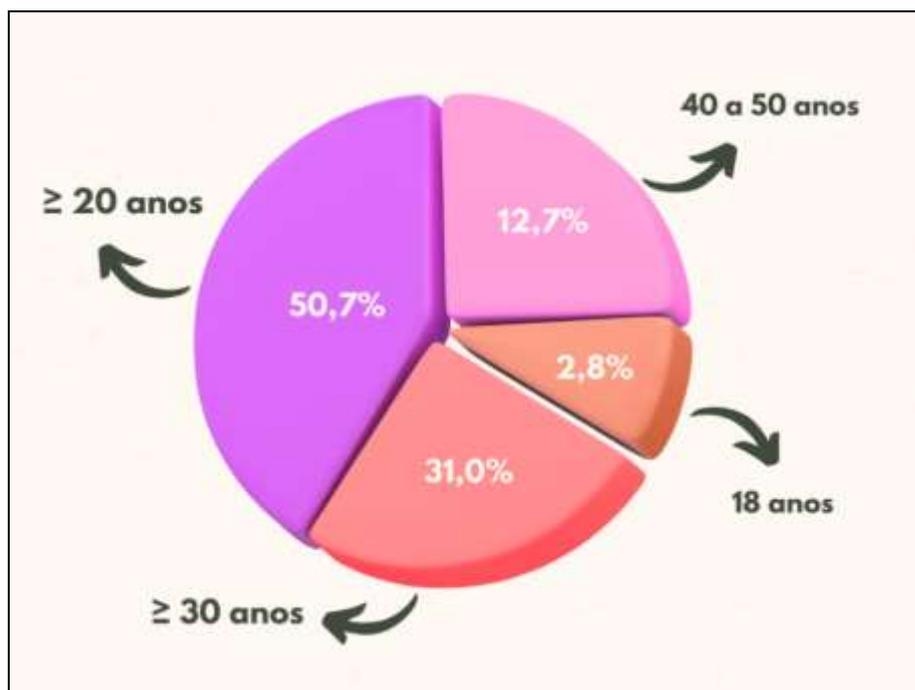
Fonte: Moreira, 2024.

Para a pesquisa em questão, houve a participação de 71 mulheres de 14 estados brasileiros. O estado de Goiás teve o maior número de respondentes com 32,8%; Tocantins e Amazonas tiveram a mesma porcentagem com 11,4% cada um; os estados do Rio Grande do Sul e Rio de Janeiro tiveram 8,6%, de participação das respondentes, em cada; no estado de São Paulo teve a participação de 7,1%; já os estados do Rio

Grande do Norte, Paraná e Minas Gerais apresentaram o mesmo percentual, 4,3%; no Distrito Federal e nos estados Santa Catarina e Mato Grosso do Sul tiveram 2,9% cada um. A menor porcentagem de respondentes foi no estado da Paraíba com 1,4% (Figura 1).

A idade das mulheres que responderam varia entre: 18 anos, com 2,8% das respondentes; igual ou superior a 20 anos de idade representam 50,7% do total das respondentes; igual ou superior a 30 anos, 31,0%; e dos 40 aos 50 anos de idade foi representado por 12,7% das respondentes; outras 2,8% não informaram a idade (Gráfico 1). Esses dados revelam que as mulheres mais jovens encontram maior receptividade na contratação para as atividades profissionais no setor do turismo, principalmente naquelas relacionadas ao atendimento, vendas e recepção.

Gráfico 1. Idade das respondentes da pesquisa.



Fonte: Elaborado pelas autoras. Out. 2024.

Em relação à ocupação profissional das respondentes, obteve-se respostas de 16 setores diferentes, sendo: Recepção/receptionista (12,5%); Atendimento ao Público (11,4%); Guia de Turismo (8,0%); Vendedora/vendas e Docência (5,7%) respectivamente; Social Mídia e Consultora/Consultoria (9,1%). As profissões de

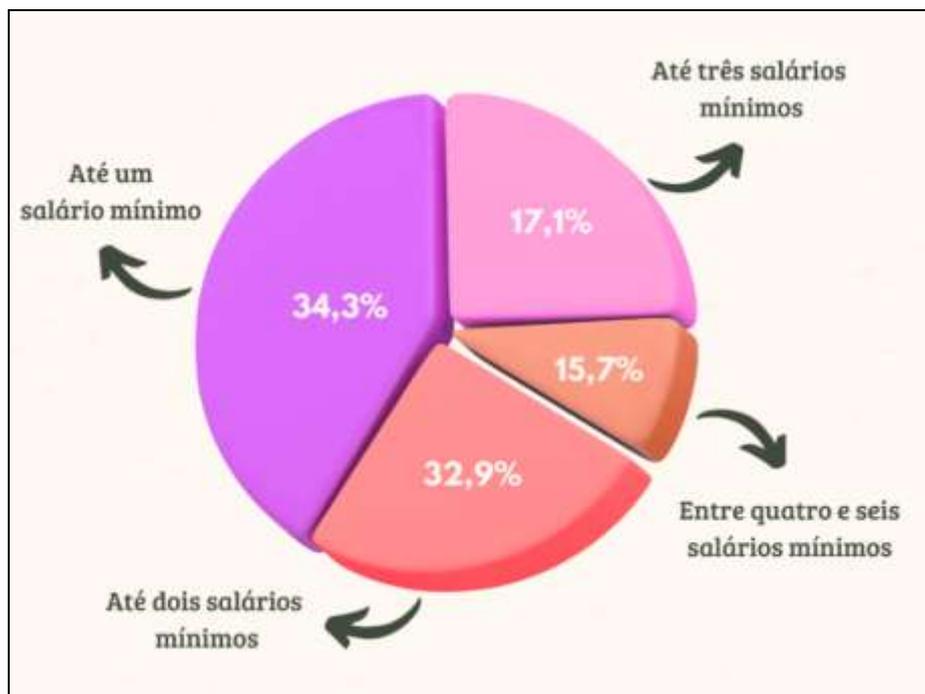
auxiliares como Agente de Viagem, Operadora, Auxiliar de Reservas, Gestão, Elaboração de Roteiros, Organização e Planejamento, tiveram 2,3% cada (Tabela 1). Esses dados corroboram para o fato de que a maioria das respondentes empregadas no turismo ocupa cargos subalternos em detrimento de funções de chefia. Outro dado importante, e que ratifica os dados apresentados no referencial teórico estudado, são os baixos salários das mulheres que atuam no setor do turismo (Gráfico 2).

Tabela 1. Atividade profissional no turismo

| Função no Turismo | Quantidade de Respondentes |
|--------------------------------|-----------------------------------|
| Recepção/repcionista | 12,25% |
| Atendimento ao Público | 11,4% |
| Guia de Turismo | 8,0% |
| Vendedora/vendas | 5,7% |
| Docência | 5,7% |
| Consultoria | 9,1% |
| Social Mídia | 2,3% |
| Agente de Viagem | 2,3% |
| Operadora | 2,3% |
| Auxiliar de Reservas | 2,3% |
| Gestão | 2,3% |
| Elaboração de Roteiros | 2,3% |
| Organização e Planejamento | 2,3% |
| Estudante do curso de Turismo | 8,5% |
| Em busca de emprego no Turismo | 23,25% |
| Total | 100% |

Fonte: Elaborado pelas autoras com base nos questionários aplicados, set. 2024.

Gráfico 2. Ganho Salário das Respondentes da Pesquisa



Fonte: Elaborado pelas autoras. Out. 2024.

Observa-se, pelos dados da Tabela 1 e do Gráfico 2, o número elevado de mulheres que se encontram fora do mercado de trabalho, em busca de uma colocação na profissão de turismóloga ou técnica em turismo. Isso reflete nos baixos salários e reforça aquilo que Chant (2008) coloca sobre a vulnerabilidade das mulheres frente às crises financeiras. Em pesquisa realizada por Teberga (2021), a autora ressaltou o impacto da pandemia pelo novo coronavírus (SAR-S-CoV2) no setor de turismo, e como isso acarretou nos empregos e renda dos trabalhadores desta área.

Conforme as orientações da Organização Mundial da Saúde, o distanciamento social era uma medida emergencial para conter o avanço do vírus e da doença, a Covid-19. Em decorrência, o setor de turismo teve algumas de suas atividades paralisadas. De acordo com dados do Ministério do Turismo, o turismo só voltou a impulsionar a geração de empregos e renda a partir de 2022, principalmente em razão da reabertura de pousadas, hotéis e equipamentos turísticos (Brasil, 2022). As mulheres sofreram mais com o impacto do desemprego durante a pandemia, haja vista que são elas as

responsáveis pelo cuidado dos filhos, pais e cônjuges em caso de doenças (Melo; Mello, 2022).

Também demonstrou relevância para a pesquisa, as respostas sobre as vestimentas dessas mulheres no local de trabalho, onde 46,5% das respondentes disseram que o uso do uniforme é obrigatório; 50,7% afirmaram que o uso não é obrigatório; e apenas 2,8% informaram não haver um padrão de vestuário para atuarem em suas funções. O padrão de vestimenta, entretanto, não pode ser confundido com mecanismo de discriminação e padronização de comportamentos, assim como não pode resultar em procedimento que exponha o trabalhador a situação vexatória e humilhante.

Moreira (2020, p. 83), explica que a adoção de uniformes tem origem nos esforços empreendidos por instituições públicas e privadas em propagar valores morais, definir regras de convivência e costumes sociais, baseado em discursos político-culturais. Para o autor, “o uniforme carrega consigo inúmeros outros elementos, desde um projeto de disciplinarização das juventudes (uma educação civilizadora) até a propaganda dos espaços” (Moreira, 2020, p. 83). Portanto, as empresas podem aderir a prática do uso de uniformes como uma estratégia de *marketing*. As mulheres que mencionaram o uso do uniforme na pesquisa, citaram que as roupas contêm a logomarca das empresas. Entre outras informações, descreveram os tipos de vestuários utilizados: calça, blusa, blazer, camisa social e vestido.

Porém, algumas respondentes demonstraram descontentamento com o tamanho do uniforme, assumindo que em alguns casos ficam apertados ou pequenos. Isso pode ser compreendido como um mecanismo de controle sobre os corpos das mulheres, induzindo as funcionárias a emagrecerem ou exibirem as suas curvas.

De acordo com a objeção em relação ao tipo de vestimentas usadas pelas respondentes cerca de 75% das respostas demonstraram a não objeção do uso de uniforme e 25% têm objeção com o uso de uniformes padrão das empresas. Algumas respondentes informaram que os contratantes não obrigam o uso de uniforme, porém exigem que elas usem roupas “femininas”, comportadas e pouco atraentes, básicas como: calça jeans, blusa e tênis fechado como forma de padronização. Situações como

essa denotam uma certa “dominação masculina” como forma de violência simbólica (Bourdieu, 2002) sofrida pelas mulheres, e, muitas vezes, não percebida por elas.

De acordo com 52,1% das respondentes, elas não se depararam com o pré-requisito “boa aparência” para alguma vaga de emprego, já 47,9% se deparam com tal exigência. Um número expressivo ao considerar que isso está em desacordo com a Consolidação das Leis de Trabalho (CLT) e a Constituição Federal de 1988. Os critérios de admissão às vagas de emprego devem se basear exclusivamente nos requisitos técnicos e nas necessidades da empresa, independentemente das preferências individuais do empregador. Isso inclui a proibição de discriminação com base em raça, gênero, religião, nacionalidade, deficiência ou qualquer outra circunstância pessoal ou social, ao publicar oportunidades de emprego.

Ou seja, a legislação proíbe requisitos funcionais específicos de gênero e idade, ou termos como “beleza”, porque não interferem no desempenho dos candidatos ao cargo. Todavia, conforme já mencionado, tais condições são cobradas por empregadores denotando uma estratégia patriarcal de dominação simbólica dos corpos femininos. Gómez e Rocha (2018, p. 39) explicam que é por meio desse tipo de opressão que

as mulheres “aprendem” desde crianças a serem submissas e a reproduzir o machismo, a agradar a classe masculina, cuidando de sua beleza e de seu comportamento. As doutrinas corporais do corpo da mulher são incentivadas direta e indiretamente pelo seu meio social. Essas alterações se dão das mais variadas formas, através de mudanças de hábitos, de alimentação, de prazeres, intervenções médicas e tecnológicas (Gomes; Rocha, 2018, p. 39).

Algumas mulheres, respondentes do questionário, sentiram-se desconfortáveis com as exigências relacionadas à aparência física para a contratação, e perceberam a opressão sofrida. No entanto, acabaram por adaptar-se como forma de manter-se empregadas. De acordo com uma das respondentes “*não foi dada muita importância e tentei parecer uma versão melhor de mim para a entrevista*” (Respondente A). Enquanto outra mulher acredita que “*competência não tem relação com a aparência, mas lidar direto com o público com uma aparência agradável é melhor*” (Respondente B). Já a Respondente C argumenta que “*Já estou acostumada, eles não deixam isso muito*

evidente, mas é algo subliminar, querem boa aparência". Esses depoimentos corroboram com o que Yannoulas (2002, p. 22) postula sobre

“teto de cristal”, ou seja, mecanismos articulados de discriminação encoberta e autodiscriminação que limitam as possibilidades de formação profissional ou promoção de mulheres no mercado de trabalho. Estas bases geram, principalmente, a segregação ocupacional feminina.

Portanto, algumas entrevistadas se colocam na posição de autodiscriminação ao acreditarem que não estão aptas para a realização de determinada atividade, por não corresponder a aparência esperada pelo empregador, e em alguns casos concordam com tal requisito se conformando aos estereótipos do corpo padrão, o qual se construiu por todo “processo cultural para naturalizar as diferenças das aparências biológicas, um longo trabalho coletivo de socialização do biológico e de biologização do social” (Bourdieu, 2002, p. 33).

Em consonância, casos de gordofobia nas empresas são os mais lembrados pelas respondentes. Uma delas informa que: *“não me candidatei [a vaga de emprego], pois sou uma mulher gorda e sei que em determinadas áreas isso não é bem-visto”* (Respondente D). Este fato valida uma das hipóteses deste estudo, de que as exigências dos empregadores incentivam hierarquias sociais entre pessoas do mesmo gênero. Ao não se encaixar no padrão do corpo magro, a profissional prefere não se candidatar ao cargo pretendido, como se o seu peso fosse condição *sine qua non* para exercer as atividades laborais. De acordo com Monteiro et. al. (2014, p. 423),

o foco nas interações interpessoais limita o reconhecimento da função social do estigma, da discriminação e do preconceito na produção e manutenção das desigualdades entre os indivíduos e grupos sociais, bem como reduz a compreensão dos processos de naturalização das diferenças e hierarquias sociais (Monteiro, et. al., 2014, p. 423).

A naturalização dos fatos sociais está relacionada com a desqualificação dos sujeitos, a partir de uma escolha arbitrária de alguma característica corporal. Sugere-se que tal característica é fator que causa a insuficiência ou incompetência posicionando o sujeito numa condição de inferioridade (Monteiro et. al., 2014). Sendo assim, candidatas

se recusam a participar de determinados processos seletivos ao se colocarem em uma posição de inferioridade, haja vista a naturalização destes processos no mercado de trabalho.

Outra análise que corrobora para estes argumentos é que 38,0% das mulheres, que responderam às perguntas do questionário, já se submeteram a mudanças na aparência. Estas mudanças, na maioria das vezes, referem-se à necessidade de retirar os *piercings* ou esconder as tatuagens. “O corpo é tomado como expressão essencial do sujeito, materialidade que determina comportamentos e configura seu estatuto moral” (Monteiro et. al., 2014). Gómez e Rocha (2018), explicam que

os corpos femininos, de maneira geral, foram padronizados, significados e moldados pelas normas e imposições sociais produzidas por homens e pelo saber-poder da igreja, da medicina e do Estado. A padronização e adequação à norma ancorada no que é tido como natural e biológico é uma forma de marginalização dos corpos femininos em nome do que é dito normal, saudável e belo (Gómez; Rocha, 2018, p. 48).

Sobre isso, outras mudanças, com menor frequência, também são citadas como o alisamento de cabelos crespos. Isso reflete a intersecção entre gênero, classe e raça já que as mulheres se candidatam a vaga de emprego por necessidades financeiras, e ainda se deparam com preconceitos relacionados à raça. Isso certifica que há a marginalização e discriminação em relação aos seus corpos pelo empregador. Uma vez que se sentiram impelidas a realizarem tal procedimento estético, houve, em algum momento, uma situação de preconceito. Para Santos et. al. (2014, p. 18),

Discriminações diretas e indiretas são as diferentes facetas da interação entre gênero e raça. Discriminação direta está relacionada à interferência no trânsito dos trabalhadores e trabalhadoras no mercado de trabalho, das posições e áreas de trabalho, dos salários recebidos e jornadas verificadas para as minorias. Já a expressão indireta é relativa às discriminações sofridas fora do mercado de trabalho, acerca das credenciais educacionais e demais qualificações que também resultam em desigualdades (Santos, 2014, p. 18).

Estes tipos de discriminações estão associados à aparência, tendo em vista que naturalizou-se que a branquitude é o padrão adequado de beleza. Quando as

respondentes foram questionadas sobre “se a boa aparência” das mulheres realmente importa para serem contratadas pelo mercado turístico, 43,7% responderam que sim, e 56,3% não concordam que a beleza importa. O percentual de quem acha que a boa aparência importa é bastante representativa, e está relacionado com a cobrança e preocupação em se encaixar ao padrão de beleza pré-estabelecido.

Culturalmente, as mulheres estão predispostas à exposição de noções envolvidas em um ciclo de insegurança quanto à aparência (Wolf, 1992). Devido a naturalização destas cobranças, as mulheres se tornaram insensíveis a própria beleza e passaram a aceitar as imposições externas e aos estereótipos (Vianna, 2014). A busca pela beleza torna-se uma tentativa de que a própria imagem se adeque a um paradigma daquilo que é considerado belo para adequar-se inclusive no mercado de trabalho. Não obstante, intervenções como *Botox*, harmonização facial e cirurgias são tão almejadas por pessoas do gênero feminino. “A cirurgia estética não é a metamorfose banal de uma característica física no rosto, ou no corpo; ela opera, em primeiro lugar, no imaginário e exerce uma incidência na relação do indivíduo com o mundo” (Le Breton, 2003, p. 30).

A predisposição para adequar-se aos padrões coloca as mulheres em uma condição de competitividade, e reforça os estereótipos marcados por uma sociedade capitalista, machista e patriarcal. Ao mesmo tempo, que estabelece hierarquias sociais entre pessoas do mesmo gênero, um fator que associado as desigualdades de gênero posiciona as mulheres em um lugar cada vez mais distante da igualdade de direitos no mundo do trabalho.

Considerações finais

Em uma área tão diversa como o turismo, abordar cientificamente as questões referentes à beleza, gênero e mercado trabalho é fundamental para o estabelecimento da igualdade de gênero e para a valorização das mulheres, dentro de um espaço que elas já ocupam como maioria.

Considerando essa importância, preocupou-se, com este estudo, compreender quais as formas de desigualdades de gênero enfrentadas no mercado turístico. Deparou-se ainda, no decorrer da pesquisa, com situações relativas às hierarquias sociais entre as

próprias mulheres entrevistadas, quando algumas delas não se sentem aptas a concorrerem a uma vaga de emprego, por não se sentirem próximas ao padrão de beleza estabelecido por uma sociedade capitalista e patriarcal. Identificou-se fatores diversos de opressão contra as mulheres, entre eles a gordofobia e o etarismo, quando analisou-se dados em que as respondentes afirmaram não concorrer a determinada vaga de emprego devido ao seu peso. O perfil das respondentes também demonstra uma preferência das empresas em contratar mulheres mais jovens para funções ligadas ao atendimento ao público.

Levando em conta os resultados apresentados, entende-se que essa área de estudos, além de ser recente, ainda é pouco explorada pelos pesquisadores brasileiros. Em relação as técnicas e metodologias adotadas, percebeu-se que o questionário disponibilizado no formato *online*, contribuiu para a percepção do potencial que o tema apresenta, abrindo oportunidades para pesquisas que aprofundem as temáticas de ganho salarial entre homens e mulheres na área do turismo, além da possibilidade de diversificação dos temas ampliando para o debate da interseccionalidade de gênero, raça e classe no turismo.

Audre Lorde (2019) ensina que não existe hierarquia de opressão, mas há armadilhas do patriarcado e do capitalismo para que mulheres brancas se juntem aos opressores. Acrescenta-se a este estudo, as armadilhas do mercado de trabalho para que mulheres que possuem corpos padrões, e que são escolhidas por isso, sintam-se parte do sistema que as oprimem, estabelecendo-se em hierarquias sociais.

De uma forma geral, o caminho a ser percorrido em direção à igualdade de gênero, ou seja, em um cenário onde homens e mulheres gozem dos mesmos direitos e oportunidades em todas as dimensões aqui analisadas, ainda é longo para as mulheres. Nesse cenário, espera-se que esse trabalho seja um incentivo para novas produções que abordem essas necessárias questões.

Referências

BRASIL. Lei n. 13.467 de 13 de julho de 2017. Altera a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), aprovada pelo Decreto- -Lei no 5.452, de 1o de maio de 1943, e as Leis nos 6.019,

de 3 de janeiro de 1974, 8.036, de 11 de maio de 1990, e 8.212, de 24 de julho de 1991, a fim de adequar a legislação às novas relações de trabalho. **Diário Oficial da União**, Brasília, 14 jul. 2017. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Ato2015-2018/2017/Lei/L13467.htm

BRASIL. **Ministério do Turismo**. Setor do turismo impulsiona geração de emprego no Brasil. Serviços e informações do Brasil, out. 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/pt-br/noticias/viagens-e-turismo/2022/04/setor-do-turismo-impulsiona-geracao-de-emprego-no-brasil>

BRASIL. **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)**. PNAD Contínua. Estatísticas de Gênero Indicadores sociais das mulheres no Brasil - 2a edição. 2021. https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101784_informativo.pdf

BRASIL. Ministério do Turismo. **Cadastur**. Portal de dados abertos, 2020. Disponível em: <https://dados.gov.br/home> .

BRASIL. Ministério dos Direitos Humanos e da Cidadania. Os papéis de gênero tradicionais e a divisão sexual do trabalho. 2014. Disponível em: <https://www.gov.br/mdh/pt-br/navegue-por-temas/politicas-paramulheres/arquivo/assuntos/poder-e-participacao-politica/programas-acoes/de-um-ladoos-papeis-de-genero-tradicionais-e-a-divisao-sexual-do-trabalho>.

BOUDIREU, Pierre. **A dominação masculina**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.

BUTLER, Judith. **A vida psíquica do poder**: teorias da sujeição. Belo Horizonte: Editora Autêntica, 2017.

CHANT, S. (2008) A 'Feminização da Pobreza' e a 'Feminização' dos Programas de Combate à Pobreza: Espaço para Revisão? In **The Journal of Development Studies**, 44.2: 165-197, 2008. Disponível em: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00220380701789810#.VCSJHPIdWSo>

CONNELL, R.; PEARSE, R. **Gênero**: uma perspectiva global. Tradução e revisão técnica de Marília Moschkovich. São Paulo: Editora nVersos, 2015.

CONNELL, R. W.; MESSERSCHIMDT, J. W. Masculinidade hegemônica: repensando o conceito. **Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 1, n. 21, p. 241-282, jan./abr. 2013. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/view/S0104-026X2013000100014/24650>

COSTA, C.; BREDÁ, Z.; BAKAS, F. E.; DURÃO, M.; PINHO, I. Through the gender looking-glass: Brazilian tourism entrepreneurs. In: **International Journal of Gender and Entrepreneurship**. 8(3), 282–306, 2016. Disponível em: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJGE-07-2015-0023/full/html>

FEDERICI, Sílvia. **O ponto zero da revolução**: trabalho doméstico, reprodução e luta feminista. São Paulo: Editora Elefante, 2019.

GÓMEZ, Clara Maduell; ROCHA, Mariani Viegas. Construindo e padronizando: um estudo histórico-cultural sobre corpos femininos. In: **Áskesis** |v.7|n.2|Julho/Dezembro-2018|38-51. Disponível em:

<https://www.revistaaskesis.ufscar.br/index.php/askesis/article/view/374>

HIRATA, H.; KERGOAT, D. Novas configurações da divisão sexual do trabalho. In: **Cadernos de Pesquisa**, 37 (132), 595-609, 2007. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/cp/a/cZtcWVvvtWGDvFqRmdsBWQ/?format=pdf>

KERGOAT, D. A relação social de sexo da reprodução das relações sociais à sua subversão. In: **Proposições**, 13(1), 47-59, 2002. Disponível em:

<https://www.fe.unicamp.br/pf-fe/publicacao/2125/37-dossie-kergoatd.pdf>

KETZER, Patrícia. Epistemologia Feminista. In: **Blogs de Ciência da Universidade Estadual de Campinas: Mulheres na Filosofia**. V. 7, N. 2, 2021. Disponível em:

<https://www.blogs.unicamp.br/mulheresnafilosofia/epistemologia-feminista>

LE BRETON, David. **Adeus ao Corpo**: Antropologia e Sociedade. Campinas, SP: Papirus, 2003.

LORDE, Audre. Não existe hierarquia de opressão. In: HOLLANDA, Heloísa Buarque de. (Org.). **Pensamento Feminista**: conceitos fundamentais. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, 2019.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos da Metodologia Científica**. 7. Ed. São Paulo: Ática, 2010.

MELO, Hildete Pereira; MELLO, Soraia Carolina; Notas sobre o trabalho das mulheres em tempos de pandemia: respostas e impasses. In: **Revista Estudos Feministas**, Seção Temática Fazendo Gênero em tempos de pandemia. Florianópolis, 30(2): e86994. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/ref/a/GJ5cQZ3C3sCzxBsQG5hYQts/?format=pdf&lang=pt>

MINASI, S. M.; MAYER, V. F.; SANTOS, G. E. O. Desigualdade de gênero no turismo: a mulher no ambiente profissional no Brasil. In: **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**. São Paulo, 16, e-2494, 2022.

MONTEIRO, S. S.; VILLELA, W. V.; SOARES, Priscilla S. É inerente ao ser humano! A naturalização das hierarquias sociais frente às expressões de preconceito e discriminação na perspectiva juvenil. In: **Physis: Revista de Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, 24 [2]: 421-440, 2014. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/physis/a/CSVtJVT6DGS54rRvWRFQ9XK/>.

MOREIRA, Jader Arierom da Silva. _O corpo jovem como território e o uniforme escolar como fronteira: o poder velado e suas territorialidades. In: **Corpos cobertos desnudando espacialidades**: vestimenta, roupa, traje, fantasia e moda na Geografia. In: MAIA, Carlos; MOREIRA, Jorgeanny de Fátima Rodrigues; TUMA, Raquel Lage – 1. ed. - Jundiaí [SP]: Paco Editorial, 2020.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo. Madrid/ Nueva York: Naciones Unidas, 2019. Disponível em: <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/9789213611661>

RESPONDENTE A. **Questionário A** [fev. 2022]. Pesquisadora: Glória Stefane Freitas de Souza. Arraias/TO, 2022. Arquivo físico. Tabulação dos questionários na íntegra no Apêndice A da Monografia intitulada: O trabalho feminino no turismo e como o mito da beleza é usado contra as mulheres. Turismo Patrimonial e Socioambiental. Universidade Federal do Tocantins, 2022.

RESPONDENTE B. **Questionário B** [fev. 2022]. Pesquisadora: Glória Stefane Freitas de Souza. Arraias/TO, 2022. Arquivo físico. Tabulação dos questionários na íntegra no Apêndice A da Monografia intitulada: O trabalho feminino no turismo e como o mito da beleza é usado contra as mulheres. Turismo Patrimonial e Socioambiental. Universidade Federal do Tocantins, 2022.

RESPONDENTE C. **Questionário C** [fev. 2022]. Pesquisadora: Glória Stefane Freitas de Souza. Arraias/TO, 2022. Arquivo físico. Tabulação dos questionários na íntegra no Apêndice A da Monografia intitulada: O trabalho feminino no turismo e como o mito da beleza é usado contra as mulheres. Turismo Patrimonial e Socioambiental. Universidade Federal do Tocantins, 2022.

RESPONDENTE D. **Questionário D** [fev. 2022]. Pesquisadora: Glória Stefane Freitas de Souza. Arraias/TO, 2022. Arquivo físico. Tabulação dos questionários na íntegra no Apêndice A da Monografia intitulada: O trabalho feminino no turismo e como o mito da beleza é usado contra as mulheres. Turismo Patrimonial e Socioambiental. Universidade Federal do Tocantins, 2022.

RINALDI, A; SALERMO, I. The tourism gender gap and its potential impact on the development of the emerging countries. In: **Quality and Quantity**, 54(5–6), 1465–1477, 2020. Disponível em: <https://link.springer.com/article/10.1007/s11135-019-00881-x>

SANTOS, E. F.; DIOGO, M. F.; SHUCMAN, L. V. Entre o não lugar e o protagonismo: articulações teóricas entre trabalho, gênero e raça. In: **Cadernos de Psicologia Social do Trabalho**, vol. 17, n. 1, p.17-32, 2014. Disponível em: https://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1516-37172014000200003

SILVEIRA, C. E.; MEDAGLIA, J. Distância entre cargos e salários de homens e mulheres: influência do gênero no mercado de trabalho do turismo. In: **Turismo: Estudos &**

Práticas (UERN, 9(2), 1–14. 2020. Disponível em:
<http://geplat.com/rtep/index.php/tourism/article/view/665>

TEBERGA, Angela. Trabalhadores sem destino: uma análise preliminar dos impactos da pandemia à classe trabalhadora do turismo. In: **Revista do Centro de Pesquisa e Formação**. Edição Especial: Turismo e Relações de Trabalho: panoramas e desafios. SESC, São Paulo, jun/2021. Disponível em:
https://centrodepesquisaeformacao.sescsp.org.br/revista/Revista_CPFn12.pdf

VIANNA, A. C. de A. O mito de narciso e a psicanálise. In: **Jornada de Psicanálise**. Abr. 2014. Círculo Psicanalítico do RGS. Disponível em: <https://circulopsicanaliticors.com.br>

YANNOULAS, S. C. **Dossiê**: políticas públicas e relações de gênero no mercado de trabalho. Brasília: CFEMEA, FIG/ CIDA, 2002. Disponível em:
<https://acervo.ufrn.br/Record/oai:localhost:123456789-175430>

WOLF, N. **O mito da beleza**: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres. Rio de Janeiro: Rocco, 1992.

Recebido: 22/02/2025 Publicado: 12/05/2025

Editor Geral: Dr. Eliseu Pereira de Brito