

Desigualdade de gênero no mercado de trabalho em turismo no Brasil: análises preliminares

Cecília Ulisses Frade dos Reis¹
Sandro Campos Neves²

Resumo

O presente artigo apresenta os resultados das primeiras análises de uma pesquisa de mestrado realizada no estado Paraná. A restrita e recente exploração das questões de gênero nas análises mercadológicas do turismo, em face à extensa discussão do desenvolvimento econômico do setor, e, ainda, diante do discurso da contemporaneidade, algumas vezes proferido, segundo o qual a equivalência entre homens e mulheres teria sido alcançada, torna fundamental a pesquisa do assunto, se acredita-se necessário alcançar equidade de direitos para ambos. Visando contribuir com esse cenário, foi realizada revisão bibliográfica, na qual se contextualizou de forma breve a relação mulher e trabalho nas dimensões pública e privada, portanto, abordando o conceito de divisão sexual do trabalho e como esta modela a atuação da mulher no mercado de trabalho, especialmente o mercado de turismo (com todos os seus setores, ainda que a pesquisa de mestrado foque no setor de hospitalidade). Ainda nesta seção, tratou-se do conceito de gênero e papéis sociais gênero, histórico e culturais, enfocando a forte relação entre o papel social feminino tradicional e a casa – o privado – que por sua vez se relaciona com a hospitalidade doméstica e conseqüentemente a comercial. Feita esta abordagem teórica, a metodologia consistiu em analisar a variável gênero em meio aos dados do mercado de trabalho em turismo do Brasil e do Paraná, através das bases de dados do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) e do Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social (IPARDES). Tal pesquisa permitiu uma comparação inicial entre a atuação de homens e mulheres no mercado de turismo, através de fatores como número de ocupações geral e por setor, remuneração, grau de escolaridade e horas de trabalhadas. Nem todos os aspectos puderam ser encontrados em ambos os bancos de dados. De todo modo, as informações conseguidas foram comparadas com pesquisas similares realizadas na Espanha, país para o qual o turismo é bastante importante economicamente. Os resultados permitem assumir, dentre outras associações, que, assim como no país europeu, se no Brasil as mulheres são maioria em setores como alojamento e alimentos e bebidas e, além disso, recebem uma média salarial menor que os homens, estas devem estar concentradas em áreas pior remuneradas (ex.: camareiras) e, quando em setores melhor remunerados, em posições mais baixas hierarquicamente – o que significa dizer: segregação horizontal e vertical. Tal discussão está ainda longe de se esgotar, porém, espera-se que com os primeiros resultados, pesquisadores e gestores de turismo se atentem e busquem modos de superação da desigualdade de gênero no setor e na sociedade como um todo.

Palavras-chave: mercado de trabalho; turismo; gênero; hospitalidade.

¹ Mestranda em Turismo. Universidade Federal do Paraná.
<http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=K4835234H3>. ceci_frade@hotmail.com.

² Doutor em Antropologia. Professor Adjunto da Universidade Federal do Paraná.
<http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=K4756790E3>. sandrocamposneves@yahoo.com.br.