

Participação da mulher no turismo no Brasil: mercado e academia

**Sarah Marroni Minasi¹
Glauber dos Santos²**

Resumo

A desigualdade entre homens e mulheres diminuiu nas últimas décadas, mas ainda é um tema central na sociedade do século XXI, pois as discrepâncias estão presentes nos mais diversos contextos. Estudos consideram o papel da mulher na sociedade, mas pouco se discute sobre a participação das mulheres no turismo. O objetivo desta pesquisa é retratar a participação da mulher no mercado de trabalho, no empreendedorismo e na academia no Brasil. Para atender ao objetivo proposto, foram consultadas, como fonte de dados secundários, dez bases de dados com informações sobre as áreas da educação superior, pós-graduação, pesquisa científica, publicações científicas, mercado de trabalho e empresas. A diversidade na coleta de dados implicou em processamentos de dados distintos para determinar a proporção de pessoas do sexo feminino em cada contexto. Em alguns casos, o sexo é indicado na própria base de dados; porém, em algumas fontes não apresentam informação. Para essas fontes, foi usada a ferramenta Genderize.io para imputar o sexo baseado no nome próprio das pessoas registradas. Com os dados explorados nessa pesquisa, foi possível alcançar um panorama de análise do mercado de trabalho e academia do turismo brasileiro sem precedentes. Os resultados retratam que, por um lado, o mercado do turismo se caracteriza por uma presença majoritária de mulheres como empregadas nas funções de organização de viagens, serviços de alimentação, alojamento e servidoras da administração federal, especificamente no Ministério do Turismo, enquanto homens dominam as sociedades empresariais e os conselhos administrativos de empresas turísticas. Na academia do turismo identifica-se um contexto de expressiva participação feminina nas instituições de ensino e na pesquisa, contudo, em termos de publicações científicas, a proporção entre os sexos é equilibrada, não refletindo a maioria feminina. A pesquisa contribui com a produção de informações sobre os vários contextos do turismo, para o conhecimento e análise da situação atual, assim como para auxiliar no delineamento de ações que favoreçam a transposição dos desafios enfrentados pelas mulheres no turismo.

Palavras-chave: Turismo; Mercado; Empreendedorismo; Academia; Mulheres.

¹ Bacharel em Turismo pela Universidade Federal de Pelotas – UFPel. Mestra em Desenvolvimento Regional pela Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC. Doutoranda em Turismo e Hotelaria na Universidade do Vale do Itajaí - UNIVALI. Bolsista Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). <http://lattes.cnpq.br/2545244942377567>. E-mail: sarahminasi@gmail.com

² Doutor em Economia pela Universitat de les Illes Balears (Espanha) e doutor em Administração de Organizações pela Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto da Universidade de São Paulo (FEARP-USP). Professor da Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo (EACH-USP). <http://lattes.cnpq.br/1514075651545397>. E-mail: glauber.santos@usp.br