

GÊNERO, CLASSE E ETNIA NOS PROCESSOS SELETIVOS: CONSIDERAÇÕES EM SELEÇÕES DE MULHERES NA CIDADE DE TERESINA-PI

REGINA RODRIGUES MEDEIROS

Mestranda em Sociologia - Universidade Federal do Piauí

Email: regiinamedeiros@hotmail.com

FRANCINEIDE PIRES PEREIRA

Doutora em Ciência Sociais - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo

Email: francineidepires.2007@gmail.com

REVISTA ZABELÊ

DISCENTES PPGANT - UFPI

RESUMO:

Esse trabalho tem como objetivo publicizar os achados durante a pesquisa de Monografia do curso de Serviço Social. A pesquisa teve como objetivo observar como os padrões de gênero, em especial os padrões de beleza e feminilidade, afetam o acesso de mulheres ao mercado de trabalho formal da cidade de Teresina - Piauí (Brasil) no ano de 2020. Para alcançar o objetivo foi realizada a coleta de dados através de um formulário online com homens e mulheres e a entrevista com uma recrutadora e especialista em processos de recursos humanos. Tópicos em comum observados nos questionários aplicados foram usados para guiar a entrevista com a recrutadora de Recursos Humanos de diversas empresas da cidade, utilizando da Análise de Discurso Crítica para análise dos dados coletados durante a entrevista. Após análise foi observado diversos mecanismos de manutenção de privilégios de grupos específicos nas entrevistas de recrutamento, em detrimento da exclusão de outros.

PALAVRAS-CHAVE: Gênero. Raça. Mercado de Trabalho. Padrões de Beleza.

ABSTRACT:

This work aims to disseminate my findings during the monograph research of the Social Work course. The research aimed to observe how gender standards, in particular beauty and femininity standards, affect women's access to the formal labor market in the city of Teresina - Piauí (Brazil) in the year 2020. Data collection through an online form with men and women and the interview with a recruiter and specialist in human resources processes. Common topics observed in the applied questionnaires were used to guide the interview with the Human Resources

recruiter from several companies in the city, using Critical Discourse Analysis to analyze the data collected during the interview. After analysis, several mechanisms for maintaining privileges of specific groups in recruitment interviews were observed, to the detriment of excluding others.

KEYWORDS: Gener. Race. Job Market. Beauty Pattern.

INTRODUÇÃO

Muitas pesquisas sobre a importância da aparência no mercado de trabalho têm mostrado que a disseminação do valor do corpo e as adequações aos padrões impostos nos mais diferentes campos e não somente nos campos onde o corpo é o principal instrumento de trabalho. Os padrões de corpo e de aparência, se enquadram dentro de normas de gênero, uma feminilidade compulsória imposta sobre as mulheres. Apesar de sempre em diversos modelos de sociedade existir um padrão do que é considerado belo, na sociedade capitalista ele se apresenta de forma diferenciada, pois é amplamente divulgado através de um simbolismo, analisando a partir do método de estudo de gênero proposto por Connell e Pearse (2015).

Esse trabalho, é um pequeno resumo da minha pesquisa realizada durante a Monografia, como pré-requisito para a obtenção do título de Bacharel em Serviço Social. A pesquisa foi realizada com a preocupação de abordar as dificuldades que mulheres sofrem ao tentarem acessar o mercado formal de trabalho, partindo de uma abordagem interseccional que problematiza questões de gênero, raça e sexualidade, buscando questões principalmente associadas a aparência física e padrões de feminilidade, problematizando o que os recrutadores chamam de “boa aparência”. No entanto, houve uma preocupação de abordar essas problemáticas articulando com teorias e

contextualizações de nível macro, não se limitando apenas às perspectivas identitárias, mas contextualizando a partir de uma perspectiva de classe. Para essa contextualização, utilizei de Iamamoto (2015) e Harvey (2016).

No decorrer da pesquisa ocorreu uma mudança nos sujeitos a serem entrevistados, diferentemente do planejamento no projeto de pesquisa. A priori a pesquisa seria feita com sujeitos que participaram de processos de seleção de emprego e observar do ponto de vista deles como experienciaram os critérios e possíveis discriminações sofridas ao tentarem acessar o mercado de trabalho. O recurso a ser utilizado para coleta de dados seria a história de vida. No entanto, no andar da pesquisa, por conta da pandemia do COVID-19¹, tive dificuldades de acessar essas pessoas e selecionar os sujeitos adequados para a realização da entrevista.

Por conta do pequeno período para execução do projeto e da urgência da realização da pesquisa após a adoção do meio remoto, além da ansiedade para finalização da monografia e entrega do TCC (trabalho de conclusão de curso) garantindo a aprovação, foi mais acessível realizar a entrevista com uma recrutadora para alcançar as respostas que a minha pesquisa buscava. A escolha por uma recrutadora veio pelo fato de que atuam diretamente com o mercado e as empresas, sabem exatamente o que está sendo exigido para ser contratado atualmente. A técnica utilizada para acessar a entrevistada foi a da bola de neve. A entrevistada trabalha com Recursos Humanos e com seleção de pessoas para o mercado de trabalho de diversas empresas na cidade de Teresina - PI, além da entrevista foi criado um formulário para ser respondido por pessoas em geral.

Após a coleta de dados com o formulário online foi realizada a

¹ A pandemia do COVID-19 afetou completamente o cronograma de execução da pesquisa. Com o atraso do período letivo por conta da demora em adotar um modo de ensino alternativo ao presencial, provocou um atraso de um ano letivo na formatura dos estudantes. Isso causou um sentimento de incerteza e desânimo aos estudantes por conta da falta de perspectivas de formatura, dificultando o término do trabalho.

entrevista com a recrutadora. Foi feita de forma online, através de uma plataforma de videoconferência, que foi gravada. Dentre os tópicos que mais apareceram nos questionários foram selecionados os temas a serem abordados na entrevista. Os assuntos mais relevantes que apareceram nas respostas dos questionários foram: a questão dos padrões de beleza na contratação de mulheres, a homo afetividade e o preconceito na contratação de pessoas LGBTQIA +, a cor de pele e os cabelos crespos e cacheados.

Inicialmente no primeiro tópico será abordado o referencial teórico que norteou toda a pesquisa, onde faço a abordagem teórica para contextualizar o problema de pesquisa dentro da realidade econômica, política e social atual. Para contextualização do momento presente a nível macro, político, econômico e social, utilizei de Harvey (2016) e Yamamoto (2015). Como base teórica para problematização da pesquisa foi utilizada a teoria de gênero de Connell e Pearse (2016). Na segunda seção é apresentada as discussões feitas a partir dos dados coletados na pesquisa, através da entrevista com a recrutadora e dos formulários online respondidos. Como mencionado anteriormente, foi utilizado da Análise de Discurso Crítica (ADC) para análise das falas da entrevistada.

90

GÊNERO E RAÇA NA ERA DA ACUMULAÇÃO FLEXÍVEL

O mercado de trabalho passou por uma forte reestruturação, com o enfraquecimento do poder sindical causado pela queda dos empregos fabris e do aumento da quantidade de desempregados, os trabalhadores se veem cada vez mais na realidade de se submeter às demandas das empresas por uma vaga de emprego. As empresas exigem um trabalhador disponível para um trabalho em tempo parcial, temporário ou subcontratado, que se adequem às necessidades muito específicas

de cada empresa, provocando o aumento massivo do desemprego.

Iamamoto (2015: 118) afirma que com o desenvolvimento do capital e a necessidade de lucro contra a de gastos com mão de obra, é diminuído a quantidade de trabalhadores de onde é extraído o trabalho excedente que produz o lucro ao capitalista, assim vai se formando uma quantidade de trabalhadores ociosos que não tem espaço no mercado de trabalho. Esse processo de acumulação da miséria relativa à acumulação do capital é chamado por Iamamoto (2015: 159) de “raiz da produção/reprodução da questão social”, diante do qual existem vários mitos que mascaram essa relação.

Diminui-se a quantidade de empregos para pessoas em tempo integral, com condições permanentes e posição essencial dentro da empresa, que desfrutem de maior segurança dentro do emprego, boas perspectivas de promoção, de uma pensão, um seguro e outras vantagens. Esse pequeno grupo, que ainda goza desses privilégios, deve atender às expectativas do mercado de ser um trabalhador flexível, adaptável e geograficamente móvel. E, segundo Harvey (2016), além desse primeiro grupo, que desfruta dos privilégios de um emprego com estabilidade e segurança, há dois subgrupos: o primeiro são trabalhadores com alta rotatividade dentro do mercado, facilmente descartados pelas empresas, pois possuem qualificações facilmente disponíveis. Já o outro subgrupo é constituído por empregados de tempo parcial, empregados casuais, temporários, com ainda menos vantagens e segurança que o primeiro subgrupo.

Nesse novo modelo de contratação flexível, as mulheres passaram a ser mais prejudicadas, pois os homens, que eram melhor remunerados e mais difíceis de serem demitidos, passaram a ser substituídos por mulheres em um trabalho mal pago, com o retorno dos sistemas de trabalho doméstico, familiar e da subcontratação. Tudo isso, permitiu

o ressurgimento de práticas de trabalhos de cunho patriarcal e feitos em casa (HARVEY, 2016). Dentro desse contexto de aumento das desigualdades e do desemprego, as mulheres se veem em uma situação de alta competitividade entre os trabalhadores para conseguir a entrada no mercado de trabalho, sendo que não há vagas para todas. Sujeitando-se ao mercado informal, de forma precária e sem direitos trabalhistas.

Segundo Iamamoto (2015), dentro de um novo ciclo no capitalismo que se iniciou no século XXI, com a expansão do capitalismo transnacional, se redesenha um novo mapa no mundo, a chamada “sociedade global”. Nessa nova fase do capital, acontece uma homogeneização dos circuitos do capital que não se restringem apenas a produção e a distribuição de mercadorias, mas que se espalham por todas as esferas da vida social, inclusive a cultura. Em um mercado mundial unificado, através dessa homogeneização dos circuitos do capitalismo, acontece uma dominação ideológica e dos objetos de consumo – por meio da tecnologia e da multimídia. “A homogeneização está apoiada na mais completa heterogeneidade e desigualdade das economias nacionais.” (IAMAMOTO, 2015: 111) O que Iamamoto afirma é que a chamada mundialização financeira, unifica dentro de um mesmo movimento, processos que são tratados como isolados e autônomos, o que na verdade, ela utiliza o termo de Finelli (2003) para chamar de “subsunção real da sociedade ao capital”, é o processo onde o capitalismo financeiro integra, na expansão monopolista, processos econômicos, políticos, sociais e ideológicos.

Nesse contexto, é incentivado às “modas fugazes e todos os artifícios de indução de necessidades e de transformação cultural que isso implica” (HARVEY, 2016: 148). A estética estável e moderna foi abandonada pela efêmera estética pós-moderna, que cultua a moda e a mercadificação de formas culturais. A partir das efemeridades e de

constantes transformações na cultura e na arte, os sujeitos se veem sempre na necessidade de estarem se transformando, consumindo e se atualizando. O corpo da mulher, inclusive, passa a ser visto como uma mercadoria e gerar milhões com o mercado da beleza, além de estarem sempre se renovando os padrões e tornando cada vez mais inalcançáveis. Esses padrões também passam a ser mais uma ferramenta de dominação das mulheres da sociedade capitalista, racista e heteronormativa.

Essas cobranças relativas ao corpo, estão aos poucos começando a ser impostas aos homens também, porém as mulheres ainda são as mais prejudicadas. Quando olhamos para essas distinções impostas por gênero dentro de uma sociedade, estamos olhando para um conjunto de relações sociais. Dentro dessas relações, na vida cotidiana, as pessoas envolvidas são cobradas nos termos de suas “categorias sexuais”, presumidas como homem ou mulher. “Essa conduta produzida em resposta a essa cobrança não é um produto do gênero – é o gênero em si” (CONNELL ; PEARSE, 2015:156). Essa diferença entre os gêneros é utilizada para justificar e induzir comportamentos e condutas sociais diferentes para cada gênero. Melhor explicitado, “fazemos nosso gênero, mas não somos livres para o fazermos como quisermos. Nossa prática de gênero é poderosamente formada pela ordem de gênero em que nos encontramos” (CONNELL; PEARSE, 2015: 156). Estamos de certa forma submetidos à estrutura de gênero da sociedade em que vivemos, não de forma determinista da forma como agimos, mas influenciando, dando limites e possibilidades para nossas ações.

No livro Mito da Beleza, de Naomi Wolf (1991), a autora trata da discriminação de mulheres por conta da aparência física, a autora aborda como as mulheres sofrem julgamentos ao tentarem acessar certas vagas no mercado de trabalho, principalmente vagas de prestígio, onde há bastante contato com público, como uma vaga de jornalista por exemplo. Mas

acontece, que no contexto em que Wolf (1991) escreve, a autora se refere principalmente a mulheres brancas e uma cidade globalizada e capitalista, pois nesses espaços em que mulheres brancas sofrem de comentários machistas e julgamentos por aparência física, as mulheres negras nem conseguiam adentrar. Para as mulheres negras, as possibilidades são ainda menores, ocupam menos vagas no mercado de trabalho formal e menos espaços de poder. Dentro dessas imposições de aparência física, as mulheres negras são as mais afetadas, principalmente em processos de recrutamento para o mercado de trabalho.

Como os padrões de beleza são heteronormativos e brancos, as mulheres negras acabam se submetendo a um processo de branquecimento, como afirma Carneiro e Ferreira (2014). Segundo elas, a mídia tem um compromisso com a manutenção desses padrões de beleza, um projeto de branquecimento. Com o fortalecimento desses padrões, as mulheres negras começam a negar características suas que formam a sua identidade, como o cabelo e a cor da pele, submetendo-se a procedimentos de branquecimento, que seria um processo criado e nutrido pela elite branca do país. Tal processo, tornou e mantém o grupo de pessoas brancas como referência, a partir de uma apropriação simbólica que fortalece o autoconceito e autoestima, ao mesmo tempo em que desvaloriza os outros grupos. Isso reitera a preeminência social, política e cultural do grupo branco (CARNEIRO; FERREIRA *apud* BENTO, 2014).

Então, essa pesquisa, a partir da análise bibliográfica, parte do ponto de que os padrões de beleza e de feminilidade são utilizados pela sociedade capitalista com o intuito de fazer manutenção de estruturas históricas de poder e dominação. As definições do que é belo como apresentados no contexto atual, são resultados das necessidades de lucro e acumulação na fase contemporânea do capitalismo de acumulação

flexível, onde as pessoas e as necessidades humanas são reduzidas a mercadorias e passíveis de lucro, como sempre foram. Os corpos, são vistos como um dispositivo potencial de lucro e venda de mercadorias.

Na próxima seção, partiremos para a análise dos dados coletados durante a pesquisa. Para análise dos dados obtidos utilizamos de Connell e Pearse (2016) com sua teoria de gênero e para a análise do texto da entrevista foi usada a Análise de Discurso Crítica de Fairclough. A entrevistada trabalha como consultora empresarial na área do desenvolvimento de pessoas e implantando processos de RH (Recursos Humanos) de recrutamento e seleção. Foram selecionadas as partes mais importantes da pesquisa, por conta do pequeno espaço do artigo.

“DA SEXUALIDADE AO MODO DE PENTEAR O CABELO”: PROBLEMATIZAÇÕES SOBRE A “BOA APARÊNCIA”

Como já descrito na introdução, a coleta de dados da pesquisa iniciou com a aplicação do questionário de forma online. A aplicação do questionário foi essencial para o conhecimento prévio das problemáticas a serem procuradas durante a entrevista com a recrutadora. O questionário foi um primeiro contato com o campo, possibilitando observar se as discussões e hipóteses criadas durante a análise bibliográfica se aproximavam da realidade observada. O formulário foi respondido por 38 (trinta e oito) pessoas. Destes, 14 (quatorze) eram homens, brancos, negros, pardos e indígenas. E 24 (vinte e quatro) eram mulheres, negras, brancas e pardas. Com uma variação de idade de 19 (dezenove) anos a 56 (cinquenta e seis) anos, de diferentes orientações sexuais. As respostas foram divididas em quadros por gênero e raça, onde foi comparada às respostas de homens e mulheres brancos com de outras etnias.

Por conta do espaço pequeno deste trabalho, não foi possível colocar os gráficos e tabelas das respostas obtidas no questionário. Após a análise dos dados foi possível observar que a problemática da exclusão de pessoas do mercado de trabalho com desculpas de aparência física vai além de ser um problema apenas de gênero, como pensado no início da pesquisa, aqui já aparece que se trata de um problema de raça e classe, pois, ficou evidente que não há muitas diferenças entre as respostas de homens e mulheres de uma mesma etnia, dos brancos por exemplo. Há bastante semelhança entre as respostas de homens e mulheres brancas, assim como há semelhança entre as respostas de mulheres e homens negros/pardos.

Foi possível observar uma grande diferença entre as respostas de mulheres brancas e negras, além do interesse maior de pessoas negras em responderem o questionário, pois, houve uma discrepância na quantidade de respostas, 17 (dezesete) respostas de mulheres negras para apenas 6 (seis) de mulheres brancas. Das 17 (dezesete) respostas de mulheres negras, apenas três delas se encontram empregadas no mercado formal de trabalho e as três se autodeclaram pardas, não se consideram negras. Observa-se uma discrepância entre a situação de emprego das mulheres brancas e das negras, pois mesmo com a diferença grande na quantidade de respostas, nas cinco respostas de mulheres brancas duas delas estavam trabalhando formalmente, enquanto apenas 3 (três) mulheres negras de 17 (dezesete) respostas estão empregadas formalmente. A grande maioria das mulheres negras ocupa a realidade da informalidade e do desemprego.

Quatro das mulheres negras/pardas afirmam já terem passado por situações constrangedoras na busca por um emprego, quatro delas são negras e uma parda. Elas deixaram as seguintes respostas: (1) “Assédio”(Mulher, negra, 25 anos, hetero), (2) “ser magra e esteticamente apresentável. Na entrevista, para trabalhar de recepcionista em um salão, a pessoa

que estava realizando a entrevista analisou minha roupa e meu cabelo. Julgando que precisava me trajar melhor e ‘cuidar’ dos cabelos” (mulher, parda, 25 anos, bissexual), (3) “exigiram cabelo liso, vendedora de loja. O empregador ou a pessoa responsável, não deu nem bola pra mim. Porque no tempo era muito magrinha, apesar da idade, sempre pareço criança e por isso, acho que não colocam credibilidade”. (mulher, negra, 20 anos, hetero), (4) “questionarem minha sexualidade e meu modo de pentear o cabelo, vaga de professora” (mulher, negra, homossexual, de 27 anos).

A resposta (2) está associada a uma vaga que lida diretamente com os padrões de beleza, uma vaga para trabalhar em salão de beleza, as cobranças relacionadas à aparência podem ser mais fortes nesses lugares, pois é cobrado que as funcionárias vendam a imagem da empresa, uma empresa que trabalha diretamente com padrões de beleza. No caso da resposta (3), como a recrutadora afirma na entrevista que vai ser debatida na próxima seção, é comum as empresas exigirem “mulheres bonitas”, ou seja, mulheres que se encaixam no padrão de beleza hegemônico. A intenção é que a contratação de mulheres para vagas de atendimento ao público e venda de produtos atraia clientes. A resposta (4) teve sua sexualidade questionada em uma entrevista para ser professora, além do modo de pentear o cabelo. Por ser homossexual, pode-se presumir que passou por uma experiência de imposição de uma heteronormatividade.

Dentro das respostas masculinas das 11 (onze) respostas de homens de diferentes etnias, apenas 1 (um) deles se encontra no mercado formal de trabalho, a mesma quantidade para as respostas de três homens brancos. Os outros estão no mercado informal ou à procura de emprego. Entre as respostas dos homens de diferentes etnias foram obtidos relatos de experiências passadas em seleções para o mercado de trabalho de 4 (quatro) homens: (1) “Corte de cabelo/ mudança de cor do cabelo” (homem,

indígena, 24 anos, homossexual), (2) “Instrutor de academia” (homem, negro, 24 anos, hetero), (3) “ter um cabelo grande e cacheado teve uma conotação de desleixo” (homem, pardo, 25 anos, hetero) e (4) “tirar minha barba e baixar mais o cabelo, para vaga de arquivista. Gerente me olhando dos pés à cabeça e me olhando torto” (homem, pardo, 24 anos, hetero).

Podemos observar que três das quatro respostas masculinas estão relacionadas com cabelo. O cabelo e a barba masculinos são relacionados com uma situação de desleixo com a aparência física. A expressão “baixar o cabelo” traz uma conotação de associar o cabelo grande e cacheado como sujo e o cabelo liso e baixo como limpo e arrumado, como afirmou a entrevistada, como é mostrado na análise da entrevista na próxima seção.

O questionário serviu para levantar questionamentos. Ficou evidente a maior disposição de homens e mulheres negros/pardos de responderem ao questionário. Somente esses dois grupos tiveram relatos de experiência de terem algo exigido de sua aparência na busca por emprego, nenhuma pessoa branca relatou esse tipo de experiência. Também ficou evidente a discrepância entre a quantidade de desempregados entre os grupos de pessoas brancas e negras, a quantidade de pessoas empregadas nos dois grupos é praticamente a mesma, mesmo com a quantidade de respostas de pessoas brancas sendo bem menor que a de pessoas negras. A partir de questões centrais que aparecem nos questionários foram escolhidos tópicos para guiar a entrevista com a recrutadora.

A entrevista foi guiada por temáticas, de acordo com a relevância para o problema de pesquisa e com questões que apareceram nas respostas dos questionários online. A entrevistada trabalha como recrutadora, como já foi dito, é consultora empresarial na área do desenvolvimento de pessoas e implantação de processos de RH (Recursos Humanos). A entrevista foi guiada pelas questões centrais dos questionários: padrões de beleza, racismo

e homo afetividade, que também foram centrais na entrevista. Durante a entrevista foi visto como essas questões afetam a entrada de pessoas no mercado de trabalho.

Para análise dos dados da entrevista, foi utilizada a Análise de Discurso Crítica. A ADC parte do princípio que o discurso não é um fato isolado em si pelo indivíduo do discurso, ele é estruturado socialmente, dando condições e limites para o ato do discurso, não apenas se limitando a essas estruturas, mas tendo uma autonomia relativa enquanto sujeito para através do discurso promover transformações das estruturas ou conservá-las, ou seja, ser um discurso conservador ou emancipatório e transformador. A ADC é guiada de forma linguística e socialmente, enxerga a linguagem de forma indissociável da vida social dialeticamente interconectada a outros elementos sociais, sendo esses campos indissociáveis durante a utilização do método.

Após a apresentação da entrevistada, fui guiando a entrevista por tópicos, o primeiro tópico foi a questão dos padrões de beleza e como isso afeta a entrada de mulheres para o mercado de trabalho. Ao falar sobre esse assunto, a recrutadora sempre atribui a responsabilidade das exigências de pessoas com características específicas como preferências de cada empresa. Que fica evidente na fala abaixo:

(1) Dentro dessas particularidades da empresa, entra exatamente esse tema que você trabalha, idade, sexo, cor, harmonização facial, corporal que hoje a gente não pode mais chamar de beleza porque a gente não sabe mais o que é beleza, é tudo questão de padrão, em alguns lugares ser bem magrinha é sinal de beleza e em outros ser mais cheinha é o que é sinal de beleza. Então a gente chama de harmonização facial e corporal de acordo com as necessidades e as exigências da empresa.

Para a ADC alguns discursos podem ser vistos como ideológicos,

conectados a relações de dominação. Para Fairclough , relações de poder são mais eficientes sustentadas por significados tácitos, que não são expressos formalmente, pois a busca da hegemonia é a busca pela universalização de perspectivas particulares (FAIRCLOUYGH *apud* RESENDE; RAMALHO, 2006). Apesar da ação dos indivíduos ser limitada pela dialética da estrutura e ação, ainda assim podemos observar através do discurso a intenção do interlocutor de romper as relações de dominação ou de manutenção delas.

Ao tratar de padrões de beleza como preferências de cada empresa e chamar de “harmonização facial”, observamos um modo de operação da ideologia chamado por Thompson de dissimulação (THOMPSON *apud* RESENDE ; RAMALHO, 2006), pois as relações de dominação são ocultadas, negadas ou obscurecidas. Além disso, ocorre uma eufemização, uma valoração positiva de instituições, ações ou relações. A entrevistada tenta tratar como uma adequação dos trabalhadores às preferências das empresas, sem se questionar que há um padrão de exclusão de grupos específicos que parecem ser universal, como fica mais claro no decorrer da entrevista. 100

A entrevistada não utiliza o termo padrão de beleza, ela substitui por “harmonização facial”. Essa é uma forma de tirar o peso de participar da categorização das pessoas como feias ou bonitas e afirma que não existe mais um padrão de beleza. A expressão: “não pode mais chamar de beleza porque a gente não sabe mais o que é beleza”, pode ser uma reação politicamente correta, em função das lutas feministas e antirracistas. Mas, na verdade, o termo continua significando pessoas que se adequem ao que é exigido da empresa, que continua sendo pessoas que já eram privilegiadas antes nas seleções de emprego, o padrão heteronormativo branco.

A entrevistada abordou o discurso da beleza feminina durante sua apresentação, explicitamente ela se posiciona de forma crítica,

contra o mercado da beleza, contra os padrões impostos às mulheres e a superficialidade dessas exigências feitas aos corpos. No entanto, ela pratica essas preferências nas seleções. Essa discussão foi retomada, ao ser perguntada na entrevista sobre a procura de mulheres bonitas para vagas específicas, como a beleza feminina afeta a entrada de mulheres em algumas vagas. Ela afirma que nas vagas para atendimento direto ao público, principalmente com vendas e atendimento ao público, as mulheres bonitas são as mais escolhidas:

(2) Normalmente essas vagas, eles pedem que preferencialmente sejam mulheres e mulheres bonitas, por que eles acreditam que, baseada na nossa cultura machista, a mulher bonita ela ainda chama mais a atenção e no primeiro momento ela tem essa vantagem de ser uma mulher bonita. E então, todo mundo quer receber uma mulher bonita, portas se abrem pra essa mulher.

Logo após, ela afirma que atualmente estão tendo uma posição mais crítica nas seleções em relação a isso, deixando de lado a valorização de atributos físicos e valorizando a qualificação profissional, a habilidade de lidar com o público e com os clientes.

(3) Mas em alguns momentos isso já está sendo embarreirado. Muitas empresas já primam mesmo pela habilidade, pelas competências, pelo poder de persuasão, pela desenvoltura. Mas, quando vai pra essa questão de secretário, de recepcionista, de atendente, a frente de loja, dependendo do ramo de negócio, eles pedem, eles não dizem nem que a pessoa seja bonita, mas eles sempre usam que a pessoa seja arrumadinha, seja jeitosa, que termina sendo a pessoa de boa aparência.

Eis aí uma falsa evolução da imposição de padrões de feminilidade, somente na aparência e não na essência, pois muda apenas a forma de

falar, mas o conteúdo continua o mesmo, para apenas ser politicamente correta. A empresa traduz, e a selecionadora entende, de bela, magra e branca, para “arrumadinha”, “jeitosa”. Pode ser questionado também, que talvez se trata da distribuição geográfica internamente na empresa. Na “frente de loja”, pessoas “jeitosas”, com o intuito de atrair clientes. Mas para dentro, pessoas competentes para realizar o trabalho.

Na discussão sobre a homoafetividade, que foi iniciada após uma pergunta sobre a contratação de homossexuais e a homofobia no mercado de trabalho, ao ser perguntada sobre a exclusão de pessoas homossexuais no mercado de trabalho, ela afirma que não é comum acontecer, mas quando acontece, ela fez um sinal de aspas com os dedos para falar, como se simbolizasse a fala dos empresários:

(4) Quando não dizem eu não quero esse homossexual, eles dizem **102** assim (sinal de aspas com as mãos) ‘se for homossexual que seja aquela pessoa que [...] que tenha um comportamento mais tranquilo, mais equilibrado, que não seja aquela pessoa muito pavão, muito espalhafatosa, que cause holofotes o tempo todo’.

Segundo Resende e Ramalho (2006), o uso da citação em discurso direto destaca o distanciamento entre a voz do produtor do texto e uma voz, que no caso do texto acima é atribuída aos empresários. “O uso das aspas pode servir especificamente para distanciar a si próprio da voz externa, usar a autoridade da voz alheia para sustentar sua própria posição, inovar ou induzir uma palavra nova.” (RESENDE ; RAMALHO, 2006: 103) No caso da citação (4), a entrevistada usa da citação para se distanciar das falas dos empresários em relação à discriminação contra homossexuais nas seleções para o mercado de trabalho. Isso demonstra uma tentativa de responsabilização dos empresários por essa exclusão feita nas seleções, e logo após, ela responsabiliza essa discriminação como

parte da cultura e da educação conservadora recebida pelos empresários.

Apesar de se distanciar das escolhas das empresas, ela logo após justifica essas escolhas. A entrevistada afirma que as empresas têm “uma reticência” em contratar pessoas homossexuais com sua sexualidade muito demonstrada por trejeitos. As empresas não contratam pessoas que se comportam dessa forma, pessoas que chama de “espalhafatosas”, ou seja, tentam culpar os homossexuais pelo preconceito que eles sofrem. Ela acredita que pessoas LGBT devem esconder seus “trejeitos” para se encaixarem no padrão heteronormativo aceito e assim, serem contratados. Isso é uma forma de imposição da heteronormatividade, pois ninguém é cobrado por demonstrar trejeitos heterossexuais.

Apesar da entrevistada ter seu posicionamento claro em alguns trechos da entrevista contra discriminações de raça e de gênero, como na citação abaixo, ela ainda assim, de forma presumida mostra compreender e justificar as discriminações nas seleções de emprego.

(5) Agora dizer pra você que existe empresas que ainda tem preconceito tem, é fato, o nosso país é cheio de preconceito, é um país miscigenado, nós temos várias, raças, cores, é um país lindo, exatamente por isso, por essa pluralidade, de cor de pele, de jeito de tudo. Mas infelizmente existe sim o preconceito desde o mais simples ao mais complexo e patológico mesmo, mas acredito que a mídia em alguns pontos está sim ajudando né, ajudando a desenvolver a tolerância nas pessoas independente da raça, da cor, do cabelo, da sexualidade.

Analisando o texto, dentro do tema da homoafetividade, apesar de se posicionar criticamente contra a discriminação e a homofobia, como no trecho acima, a entrevistada acaba reproduzindo pensamentos LGBTfóbicos. Ao criticar pessoas que se assumem enquanto homossexuais e não escondem seus jeitos afeminados e seus trejeitos, ao descrevê-los como “pavão” e

“espalhafatosos”. Ela naturaliza a heteronormatividade e impõe restrições à homoafetividade, ou seja, deseja que pessoas homossexuais escondam suas características e se camuflem na sociedade, pois apesar de citar isso como fala dos empresários, ela tenta culpar os homossexuais pela exclusão sofrida por eles, como reafirma nos trechos, ela justifica essa exclusão ao falar:

(6) Infelizmente quando começou a vir à tona essa questão da homossexualidade, a gente teve muito isso, as pessoas queriam ser, tipo assim, serem vistas de uma forma meio que espalhafatosa e isso trouxe uma visão meio que negativa da questão da homossexualidade em termo comportamental e que hoje a gente vê que os homossexuais não necessitam disso pra assumir sua sexualidade. Tem pessoas que tem jeito de homem, é homem, se veste como homem, usa barba, cabelo cortado e é homossexual e não deixa de ser homem é só uma opção sexual. 104

Na entrevista também aparece uma justificativa dessas discriminações por parte de um conservadorismo, que segundo a entrevistada é uma cultura conservadora dos empresários que é responsável pela exclusão e discriminação que mulheres, negros e LGBTs sofrem ao tentarem entrar no mercado de trabalho. O discurso ficou explícito nas seguintes citações:

(7) Aqui no nosso Estado tem que ver que nossas empresas são administradas por pessoas ainda muito conservadoras. Teresina tem aquela fama de ser muito provinciana, é uma capital que vem muito de sobrenome, são famílias que carregam toda uma cultura, todo um conservadorismo, então eles ainda têm muita essa resistência.

Foi observado que em alguns momentos era utilizado a palavra “empresa” e em outras “empresários”. A troca de termos demonstra uma tentativa de despersonalizar, tratar como uma entidade abstrata e tirar a

responsabilidade das ações e escolhas por trás das práticas sociais. “Outra realização linguística que pode encobrir efeitos de sentido ideológicos é a personalização por autonomização, em que atores são representados por meio de uma referência aos seus enunciados” (RESENDE e RAMALHO *apud* LEEUWEN, 2006: 73). Contradizendo-se depois, ao admitir que pessoas estão por trás das empresas, no trecho a seguir fica claro:

(8) O mercado de trabalho vem de relações de pessoas, né? E empresas de uma certa forma tem a sua cultura, tem seus valores, tem a sua missão, cada empresa é uma instituição tem a sua história, tem seus gestores, e dependendo do conservadorismo desses gestores ela pode sim ser uma empresa conservadora e que traz em si algumas limitações que podem sim ser consideradas como discriminação.

Ao tratar como empresas e não como pessoas por trás dos discursos e práticas sociais relacionadas às seleções de emprego, ocorre a responsabilização de uma entidade abstrata e não de pessoas por trás dessas relações. Ao atribuir à culpa a cultura e a um conservadorismo de crenças do passado, observamos como modo de operação da ideologia de legitimação e estratégia de narrativização. Isto porque as relações de dominação são apresentadas como legítimas, ao justificar isso com exigências de histórias do passado, para justificar o presente. Ou seja, ela justifica as discriminações do presente com uma narrativa de que isso são resquícios de crença do passado, tirando a responsabilidade de uma das escolhas no presente por permanência de um conservadorismo de um passado remoto.

A outra temática utilizada para guiar a entrevista foi o racismo e a influência dele dentro das seleções de emprego. Após ser perguntada sobre experiência de contratação com pessoas de cabelos cacheados e crespos, como havia aparecido nas respostas dos questionários, ela afirma:

(9) Em relação a mulheres, eu vejo mais essa resistência, quando é o *Black Power* por que dá aquela aparência de uma pessoa [...] acho que eles ligam muito [...] há 10 anos atrás, os alunos de história principalmente da estadual e da federal eram considerados pessoas rebeldes, anarquistas, que brigavam, que faziam [...] questionamentos sobre essa questão cultural. E então, passa muito essa imagem da pessoa rebelde, da pessoa revoltada, da pessoa que já traz em si o próprio preconceito, que quer mostrar sua origem através de um símbolo, que é o *Black Power*, aquela coisa toda.

Ao mesmo tempo em que há esse reconhecimento da discriminação e das relações de poder e dominação por parte da entrevistada, há uma tentativa de justificação pelas discriminações.

Podemos observar que, ao tentar justificar essa discriminação nas 106 seleções com pessoas com cabelo *Black Power*, ela termina por operar a ideologia da legitimação e a utilização da estratégia da racionalização. Isto acontece porque, através de uma cadeia de raciocínio, ela tenta culpar os negros com *Black Power* por sua exclusão do mercado de trabalho, justificando o conjunto das relações sociais que, antecipadamente já os excluía, independente do estilo escolhido para seus cabelos. Também observamos a fragmentação, através da estratégia de expurgo do outro, onde faz a construção simbólica de um inimigo. Para manter o privilégio de pessoas brancas acessarem o mercado de trabalho mais facilmente há uma exclusão de pessoas negras justificadas como pessoas com *Black Power* são pessoas que “passa muito essa imagem da pessoa rebelde, da pessoa revoltada”. Também é possível observar ela mudando a fala várias vezes repensando o que vai dizer e justifica como se os alunos negros das universidades Estadual e Federal fosse alunos rebeldes por conta de usarem cabelos *Black Power*.

Apesar do *Black Power* ser um símbolo de resistência, a partir do movimento *Black is Beautiful*, o cabelo crespo e cacheado é o cabelo natural de pessoas negras, que nascem com eles, não um acessório de beleza a ser aceito, como parece ser compreendido. Segundo a fala da entrevistada, ao se referir à forma como os empresários pensam a respeito: “que hoje eles têm a dificuldade de aceitar a padronização de liberdade de expressão seja no tipo de cabelo, na cor, na raça, no sexo, no uso do corpo, da tatuagem, aquela coisa toda, né?”, ela acaba não problematizando isso como uma forma de discriminação e racismo. Aqui podemos observar a legitimação, como modo de operação da ideologia, como estratégia ela utiliza da universalização. Pois os interesses específicos dela e das empresas ao escolher os seus funcionários são tratados como interesses gerais, comuns e compartilhados com toda a sociedade e a cultura. Ao utilizar o “né?” ela buscava uma confirmação da sua fala.

Ao ser perguntada sobre a maior aceitação de cabelos lisos em detrimento de cacheados e crespos, ela afirma que essa discriminação é mais comum em homens:

(10) Mas em relação ao cabelo, cabelo cacheado eu não presencio não, eu presencio mais em relação ao *Black Power* e a questão do homem. Até por que o cabelo grande no homem, de acordo com os empregadores em alguns momentos passa aquela impressão de falta de higiene dependendo dos cuidados passa aquela impressão da pessoa meio largada que está deixando a desejar na parte de higienização.

Como também ficou evidente nas respostas dos questionários. O cabelo masculino grande, principalmente o cacheado, é associado como um cabelo sujo, associado a falta de higiene. Ao falar sobre cor de pele e a importância dela nas seleções, podemos observar aqui também a utilização

das aspas, como forma de distanciamento. A entrevistada utiliza as aspas como forma de não se responsabilizar pelas escolhas dos candidatos e atribuir a fala, e conseqüentemente, a culpa aos donos das empresas, para as quais ela faz a seleção. Como no trecho a seguir sobre a cor de pele:

(11) Algumas empresas, dependendo do dono, da cultura, ele coloca também a cor, não dizendo assim, negro ou branco, (sinal de aspas) ‘mas evite contratar pessoas que sejam muito escurinhas’, aquela coisa toda.

Segundo Gonzales (2020) quando se trata de competir no preenchimento de posições que implicam recompensas materiais ou simbólicas, mesmo que os negros possuam a mesma capacitação, os resultados são sempre favoráveis aos competidores brancos. E isso ocorre em todos os níveis dos diferentes segmentos sociais. Segundo a autora, para 108 contratações para o mercado de trabalho de atendimento ao público fica evidente “as dificuldades da mulher negra em ter acesso a tais ocupações (basta lembrar dos anúncios que exigem das candidatas ‘boa aparência’, isto é, que correspondam aos valores estéticos brancos).” (GONZALES, 2020:193)

Mas a partir das respostas e dos dados coletados, podemos observar que a questão da raça prevalece a questão do gênero em seleções para o mercado de trabalho. Pois, as questões que apareceram se mostram situações parecidas para homens e mulheres, a questão da cor de pele, do cabelo e da homossexualidade são cobradas independente do gênero, seja homem ou mulher irá sofrer as mesmas cobranças relativas a aparência física e comportamento.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através da análise de dados, foi possível observar que os padrões de beleza são, sim, um forte capital que afeta a entrada de mulheres no mercado de trabalho, mas também os homens. A partir dessa discussão, entramos no debate do que é beleza, a chamada “harmonização facial” pela recrutadora, que não passa de um mecanismo para mascarar diversas discriminações de raça e gênero. O termo é apenas uma maneira politicamente correta de chamar práticas que há muito tempo existem dentro das seleções de emprego e norteiam a escolha de pessoas para o mercado de trabalho, principalmente para cargos específicos de atendimento ao público.

Apesar da intenção da recrutadora de fazer parecer que essa chamada “harmonização facial” funciona de acordo com as particularidades das empresas que contratam, alguns padrões de pessoas evitadas nas contratações parecem ser universais, pois ela e as empresas para as quais trabalha, evitam contratar. A questão debatida, durante a entrevista, em relação a pessoas negras com cabelo estilo *Black Power* e com relação a homossexuais com trejeitos, indica que aquelas são as pessoas que são evitadas no processo de contratação, de qualquer forma. E se assim o é, mudaram os nomes e as justificativas, mas não as tendências históricas de discriminação de pessoas negras e/ou homossexuais. Ou seja, as reivindicações dos movimentos feministas, antirracistas e anti-lgbtfobia, de décadas, ainda não chegaram ao processo seletivo de Teresina. Pelo menos, segundo esta entrevistada.

Em relação ao que ela chama de “mulheres bonitas”, “arrumadas” e “jeitosas”, parecem ser mulheres que se encaixam no padrão de beleza hegemônico e são escolhidas com o objetivo de atrair clientes e chamar atenção do público. Existe toda uma justificativa por parte da recrutadora e das empresas sobre motivos de não quererem contratar essas pessoas, principalmente as pessoas negras com *Black Power* e os homossexuais. Mas, o que ficou evidente durante a análise da entrevista foram vários

mecanismos de operação de ideologia. Esses mecanismos servem tanto para legitimar as relações de poder como para justificá-las.

Então, esses modelos vão muito além de uma mera “harmonização facial”, elas não levam em consideração apenas a qualificação profissional dos candidatos e servem para perpetuar o benefício de grupos sociais específicos, pessoas que se encaixam dentro de grupos sociais dominantes, um padrão que é heteronormativo, branco e classista. Várias das questões que apareceram nos questionários foram confirmadas na entrevista, racismo foi a mais evidente. Além de tudo isso, foi observado que não são somente as mulheres que são afetadas pelos padrões de beleza e de heteronormatividade. Homens também são cobrados em relação a cabelo e aparência, além das cobranças de performance de masculinidade heteronormativas.

Fica aparente que é uma discriminação que atinge grupos sociais em si, um recorte de raça, classe e gênero, pois as mulheres negras aparentam ser as maiores vítimas, mas homens negros também são. Além de pessoas negras, pessoas homossexuais também parecem ser atingidas por não se encaixarem nos padrões heteronormativos de performance e comportamento.

110

REFERÊNCIAS

Carneiro, Anni de Novais. Silvia Lúcia, Ferreira. *PADRÕES DE BELEZA, RAÇA E CLASSE: Representações e elementos identitários de mulheres negras da periferia de salvador – BA*. In: Redor, 18, 2014, Recife-PE.

Connell, Raewyn; Pearse, Rebecca. *Gênero: uma perspectiva global*. Tradução da 3.ed e revisão técnica de Marília Moschkovich. São Paulo: nVersos, 2015.

Elias, Norbert e Scotson, John L.: *Os estabelecidos e os Outsiders*. Sociologia das relações de poder a partir de uma pequena comunidade, Rio de Janeiro, Zahar 2000.

Goldenberg, Mirian. “O corpo como capital” Goldenberg, Mirian. (Org.). *O corpo como capital: gênero, sexualidade e moda na cultura brasileira*. 2. ed. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010b, p. 39- 53.

Gonzalez, Lélia. 2020. *Por um Feminismo Afro-Latino-Americano: Ensaio, Intervenções e Diálogos*. Rio Janeiro: Zahar. 375 pp.

Harvey, David. *Condição Pós-Moderna*. 26º ed. São Paulo: Edições Loyola, 2016.

Iamamoto, Marilda. *Serviço social em tempo de capital fetiche: Capital financeiro, trabalho e questão social*. 9 ed. – São Paulo: Cortez, 2015.

Minayio, Maria Cecilia Souza. Análise qualitativa: teoria, passos e fidedignidade. *Ciência & Saúde Coletiva*, Rio de Janeiro, v. 17, n. 3, p. 621-626, 2012.

Neto, Otavio. “Pesquisa Social. Teoria, método e criatividade” In: Minayo, Maria Cecília de Souza (org.). 18 ed. Petrópolis: Vozes, 2001.

Resende, Viviane de melo; Ramalho, Viviane. *Análise de discurso*. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2019.

Wolf, Naomi. *O Mito da Beleza* – Como as imagens de beleza são usadas
contra as mulheres. Rio de Janeiro: Rocco, 1992.