

“VOCÊ NÃO TEM O PERFIL DESSA VAGA”: PADRÕES DE BELEZA, GÊNERO E RELAÇÕES DE TRABALHO

Yuri Alexandre Estevão-Rezende ¹
Sarah Christina do Nascimento ²
Kerley dos Santos Alves ³

Resumo

Na sociedade de consumo, a indústria da beleza e os meios de comunicação são responsáveis por narrativas e discursos que constroem o corpo e a beleza ideal. Esta biopolítica normatiza corporalidades, gêneros, formas de ser/agir, padrões de beleza e funciona como mecanismo de inclusão e exclusão na vida social e, por conseguinte, no mercado de trabalho. Deste modo, este artigo traz uma discussão envolvendo gênero, padrões de beleza e relações de trabalho. Analisando, a partir de um estudo de caso sobre o setor de eventos em Ouro Preto e Mariana (MG), como os padrões de beleza operam enquanto fator de contratação no mercado de trabalho. Para tal, utilizou-se questionários aplicados as representantes de empresas de produção de eventos e realizou-se entrevistas com mulheres que trabalharam como monitoras para essas agências. Assim, nota-se como as relações de trabalho na área são balizadas por critérios físicos e estéticos que não, necessariamente, envolvem questões relativas a qualificação profissional e competência do *casting* selecionado. Evidenciou-se também discursos que preterem mulheres obesas, negras ou fora de padrões definidos para ocupar tais vagas de emprego.

Palavras-chave: Beleza; gênero; trabalho; eventos.

“YOU DON’T HAVE THE DESIRED PROFILE FOR THIS POSITION”: BEAUTY PATTERNS, GENDER AND WORK RELATIONSHIPS

Abstract

In the consuming society, beauty industry and the media are responsible for

¹ Graduado em Turismo pela Universidade Federal de Ouro Preto.

² Graduada em Turismo pela Universidade Federal de Ouro Preto.

³ Professora adjunta do Departamento de Turismo da Universidade Federal de Ouro Preto. Doutora em Psicologia pela Universidade Católica de Minas Gerais.

narratives and speeches that build the ideal body and beauty. This biopolitics regulates corporealities, genders, ways of being / acting, beauty patterns and functions as a mechanism of inclusion and exclusion in social life and, consequently, in the labor market. Therefore, this article brings a discussion involving gender, beauty standards and working relationships. Analyzing, from a case study on the events sector in Ouro Preto and Mariana, in Minas Gerais, how beauty standards operate as a contracting factor in the labor market. For that, questionnaires were applied to representatives of event production companies and interviews were conducted with women who worked as monitors for these agencies. Thus, it is noted how labor relations in the area are marked by physical and aesthetic criteria that do not necessarily involve issues related to professional qualification and competence of the casting selected. There were also evidences of speeches that prevent obese black or non-pattern women of occupying such positions.

Keywords: beauty; gender; labor; events.

1. Introdução

O presente estudo tem como objetivo geral identificar os critérios de seleção, utilizados por gerentes de empresas de organização de eventos das cidades de Ouro Preto e Mariana (MG), e sua relação com a exigências estéticas atreladas às funções a serem ocupadas. Em que medida os padrões estéticos são utilizados como forma de inclusão e exclusão nas contratações das empresas de eventos? Buscou também, discutir e entrelaçar gênero, padrões de beleza e relações de trabalho, entendidos aqui enquanto categorias inseridas na lógica do poder que opera as sociedades ocidentais de consumo. Trata-se desse modo de dialogar a partir de autores como Foucault (1987, 2011), Butler (2002, 2003), Hamemersh e Briddle (1994), entre outros, evidenciando assim, como o valor da beleza no contexto atual influencia também no ambiente laboral.

Cabe ressaltar ainda que, esses padrões variam, de maneira que, em culturas como dos povos indígenas, tribais e até mesmo de algumas sociedades ditas “modernas”, esses modelos de beleza são distintos e possuem assim, suas singularidades de acordo com as relações socioculturais estabelecidas. No entanto, este trabalho, tem a intenção de debater uma realidade ocidental, focada nas sociedades urbanas e demarcadas pelo consumo, e mais especificamente a brasileira.

O sistema capitalista, tendo como alicerce o consumo, produtificou e mercantilizou o corpo e a beleza. Não significa, porém, presumir que os

padrões de beleza surgem da ascensão capitalista, uma vez que, a composição dos padrões estéticos está sustentada em constructos históricos e culturais, atinentes a determinado grupo, lugar e momento histórico, portanto, visto sob diferentes concepções. Contudo, é a partir desse evento, ideologia capitalista, que tem-se a construção de normativas globalizadas e intensificadas sobre esses arquétipos do belo, padrões de objeto de consumo impostos, principalmente, sobre o corpo da mulher. Afinal de contas, no século XXI, a indústria da beleza (cosméticos, higiene pessoal, moda) e os meios de comunicação (revistas, tv, internet, publicidades, etc) foram e são responsáveis por narrativas e discursos que constroem o corpo e a beleza ideal.

Desse modo, entende-se numa noção Foucaultiana que os aparatos e mecanismos de poder institucionais públicos e privados desenvolvem uma padronização da verdade, loucura, sexualidades, gêneros, desejos, corpos, identidades e mais especificamente abordado aqui a beleza feminina. Para Foucault (1999) no século XVII e XVIII as dinâmicas de poder transformam-se, ou seja, há uma gradual mudança do poder da soberania para o poder disciplinar. A diferença evidenciada por Foucault, nas palavras de Pogrebinschi (2004, p. 190), é que enquanto o poder da soberania (vertical) se concentra na figura real, ou melhor, do rei, o poder disciplinar (horizontal) é materializado “nos corpos dos sujeitos individualizados por suas técnicas disciplinares”. Para além, em sua obra, Foucault atenta que o Estado passa a se importar e influenciar a vida humana, assumindo assim, uma responsabilidade através do discurso médico legal do bem-estar e saúde da população, o que mais tarde o autor conceitua, grosso modo, como biopoder (FOUCAULT, 1998).

Por conseguinte, a sociedade atual marginaliza todos aqueles que não se adequam aos modelos socialmente impostos, como os obesos, os doentes, pessoas com deficiência, os que são considerados feios ou estranhos por um determinado padrão de beleza, os mais velhos (GUIMARÃES, 2015). Partindo disso, Guimarães argumenta em uma visão Foucaultiana e da obra de Le Betron, que a medicina na contemporaneidade engendrada e fincada no biopoder atua de forma a intervir no corpo “como forma de compensação desses ‘desvios’”, e ainda “se constitui como importante intensificador das terapêuticas de combate ao envelhecimento, de adequação aos padrões de beleza, de cura de doenças, bem como de adiamento da morte” (2015, p.24).

Com base nos autores supracitados é possível pensar que os padrões de beleza são utilizados como critérios de inclusão e exclusão social, também, no mercado

de trabalho. Partindo da ideia de que estamos em uma sociedade patriarcal machista, pode-se afirmar que esse processo é muito mais intensificado nos corpos das mulheres. Ou como afirma Michelle Perrot (2005, p.447), “o corpo está no centro de toda relação de poder. Mas o corpo das mulheres é o centro de maneira imediata e específica”.

Portanto, além de discutir e enlaçar as categorias de gênero, beleza e relações de trabalho, será realizada ainda uma pesquisa de campo a fim de evidenciar como os padrões de beleza operam e influenciam na contratação de mulheres para trabalhar em eventos. Sendo assim, foi utilizado como método de pesquisa o questionário composto por sete perguntas e aplicado a quatro gerentes de empresas de organização de eventos de Ouro Preto e Mariana, Minas Gerais⁴. Aplicou-se também duas entrevistas, dentre as entrevistadas uma delas se enquadra em um padrão preferido pelas empresas o que possibilitou sua contratação sempre que participava de seleções de *casting*. Em contrapartida a segunda entrevistada não foi selecionada para trabalhar em eventos organizados por essas empresas, alegando em alguns casos estar acima do peso, requerido pelos contratantes. Os dados coletados foram analisados a partir da análise de conteúdo.

2. Diálogos possíveis: gênero, padrões de beleza e relações de trabalho

No fim do século XX intensificam-se os estudos e discussões sobre gênero decorrente principalmente dos movimentos feministas na América do Norte (PINTO, 2010). Até então, gênero era entendido como sinônimo de sexo biológico e, conseqüentemente, tem-se certa ruptura dessa concepção naturalizada para uma vertente construtivista. Como ficou mundialmente conhecida a frase de Simone de Beauvoir “Ninguém nasce mulher: torna-se mulher” (1980, p. 9), demarcando o início da abordagem do gênero enquanto construção sociocultural. A ideia deste artigo, no entanto não é produzir uma linha cronológica dos estudos de gênero e nem tratar das várias correntes dessa categoria. Nesse aspecto, toma-se como arcabouço teórico a teoria Queer.

A teoria Queer nasce com o fluxo de ideias e conhecimentos produzidos na

⁴ Ao serem procuradas, pessoalmente, as gerentes das empresas recusaram a participar da pesquisa, deparamos com a recusa justificada pela falta de tempo e o pedido de que a pesquisa fosse enviada por email. Após várias tentativas a opção foi acolher a alternativa mencionada pelas gerentes e elaborar um questionário online via Google Docs que foi enviado para 06 empresas, dessas, 4 gerentes responderam.

academia americana ao encontro do pós-estruturalismo francês. Butler, uma das principais teóricas dessa linha de pensamento, analisa que o termo queer é ressignificado e “adquire todo o seu poder precisamente através da invocação reiterada do que o relaciona com acusações, patologias e insultos” (2002, p. 58). Para Steven Seidman, a teoria Queer, é o estudo dos regimes de controle e verdade que “organizam a ‘sociedade’ como um todo, sexualizando – heterossexualizando e homossexualizando – corpos, desejos, actos, identidades, relações sociais, conhecimentos, cultura e instituições sociais” (SEIDMAN, 1996, p. 13).

Butler, traz o sexo para o campo de discussão, algo pouco usual até então, já que sua materialidade tida como dada o garantia um lugar de conforto (inercia) nas discussões de gênero e sexualidade desencadeadas pelo feminismo e estudos gays e lesbicos da época. A problematização da filosofia é questionar uma estrutura e natureza posta no sexo ao buscar historicizá-lo, repensá-lo e rediscuti-lo (BUTLER, 2003). Assim, não apenas o gênero, mas também o sexo são trazidos e analisados para/pela teoria social. Segundo Butler, pode-se entender que gêneros são performatividades que por meio da linguagem em relação ao corpo e a própria norma (biopolítica), são representados socialmente. Estes processos de representação de si, ou modos de fazer a si, são bem mais complexos, do que as próprias teorias vinculadas e ancoradas na questão biológica do corpo/sexo podem sugerir. As pessoas queer: “corpos transgêneros, homens sem pênis, gounis garous, ciborgues, femmes butchs, bichas lesbianas” (PRECIADO, 2011, p.11) ficam de certo modo invisíveis ou incompreendidos pelas concepções naturalizantes.

Por fim, Louro traz em sua obra, uma definição bastante perspicaz e abrangente do Queer:

Queer é tudo isso: é estranho, raro, esquisito. Queer é, também, o sujeito da sexualidade desviante- homossexuais, bissexuais, transexuais, travestis, drags. É o excêntrico que não deseja ser integrado e muito menos tolerado. Queer é um jeito de pensar e de ser que não aspira ao centro e nem o quer como referencias; um jeito de pensar que desafia as normas regulatórias da sociedade, que assume o desconforto da ambiguidade, do entre lugares, do indecível. Queer é um corpo estranho que incomoda perturba, provoca e fascina (LOURO, 2004, p. 103).

Portanto, a proposta da analítica queer seria uma desconstrução das ações

biopolíticas sobre os corpos, as sexualidades, os desejos e as identidades; uma ruptura com os saberes e discursos hegemônicos e os regimes de verdade e controle que marginalizam os desviantes. Pretende-se assim, um novo entendimento sobre o gênero, as expressões sexuais e afetivas, porque as entende como dinâmicas instáveis e performativas, impossíveis assim de possuírem identidades fixas e rotulações.

Mas por que a teoria Queer é importante para esse trabalho? Porque ela denuncia a hierarquização e estigmatização vinculadas as questões de gênero, de uma gestão do corpo populacional e de um binarismo do conceito homem/mulher. Assim ela discute não só os padrões de beleza, mas as performances corporais de belezas padronizadas. Trata-se com isso de evidenciar que aquelas pessoas que assumem uma masculinidade ou feminilidade consideradas adequadas ao seu corpo são aceitas socialmente. Em detrimento destes, podem estar até mesmo mulheres heterossexuais, bissexuais e homossexuais que incorporam o masculino em sua corporalidade e desse modo são abjetas na vida social (BALIEIRO, 2011), e, por conseguinte nas relações de trabalho.

Adiante, Nobert Elias (1994) apontatambém como a criação de comportamentos e regras incidiram-se sobre os corpos dos indivíduos no processo civilizatório. Dessa forma, tanto Elias quanto os outros autores sobreditos neste trabalho, abrem caminho para afirmar que há toda uma construção do que é ser mulher baseada em um regime disciplinar do corpo. Assim, ainda hoje, estes comportamentos são reiterados cotidianamente: mulher tem que falar baixo, ter postura, ter responsabilidade com os filhos, ser delicada... Ou como sugere Juliana Linhares (2016) jornalista da revista Veja ao apresentar a primeira dama Marcela Temer como “bela, recatada e do lar”. Este episódio que, sem qualquer receio, escancara um discurso machista que encontra na figura e “predicados” da primeira dama o arquétipo de “mulher perfeita e de bem”, além de ser um exemplo para o que foi percorrido até aqui. Afinal, de acordo com Amorim, “a beleza, elegância, sensualidade são características atribuídas culturalmente à mulher, ao homem basta a inteligência” (2011, p.2).

Tem-se então uma marcação desse discurso sobre o corpo da mulher que incide progressivamente nos padrões de beleza reproduzidos pela mídia. Revistas, novelas, campanhas publicitárias, desenvolvem uma representação de mulher e feminilidade a serem seguidos que, “... insistindo no que elas deveriam ser, constrói uma imagem homogeneizante da beleza feminina que contribui para a naturalização dos estereótipos” (MIRANDA, 2009, p.02). Esse discurso é cultural,

se dá não só pela mídia, mas em outras representações socioculturais como, por exemplo, na poesia, afinal, segundo o poeta Vinicius de Moraes: “As muito feias que me perdoem. Mas beleza é fundamental” (RECEITA DE MULHER, 1959).

Adiante, se tratando de mercado de trabalho, até a década de 1970, os estudos produzidos na área analisavam apenas raça e gênero como fatores discriminatórios nas relações de trabalho (DWECK, SABBATO E SOUZA, 1999). Porém, com o avanço da indústria da beleza e as características específicas dos empregos gerados por ela é que se desenvolve uma discussão sobre como os padrões estéticos podem influenciar no mercado de trabalho.

Temos como pioneiros nesses estudos Hamermesh e Briddle (1994). Esse estudo foi realizado na década de 90, nos Estados Unidos e no Canadá com o objetivo de segundos os autores propõem “(...) demonstrar o primeiro estudo sobre a economia da discriminação no mercado de trabalho contra um outro grupo – os feios – e observar um possível favoritismo diante dos considerados bonitos” (HAMERMESH E BRIDDLE, 1993, p. 01)⁵. A ideia foi compreender como a indústria da beleza e da higiene pessoal, prefere pessoas bonitas para trabalharem na área, sendo este um fator discriminatório para a contratação. Conclui-se na pesquisa que “igualando-se os demais fatores relevantes além da aparência, os salários de pessoas com aparência abaixo da média são menores que os salários de um trabalhador de aparência na média (...)” (HAMERMESH E BRIDDLE, 1993, p.26)⁶.

Com isso, pode-se pressupor que as relações de trabalho são também balizadas a partir dos critérios estéticos e físicos. Notando assim que, candidatas dentro dos padrões de beleza são requisitadas para cargos e atividades que lidem com o público. A beleza é – no setor ocupacional de eventos - fator de contratação, de predileção e substitui fatores como eficiência, formação e capacidade, que são geralmente, levadas em consideração no setor trabalhista. De modo que “a aparência é mais importante, pois, de fato, as ocupações que requerem maior contato interpessoal tem uma percentagem maior de empregados com a aparência acima da média” (DWECK, SABBATO E SOUZA, 1999, p. 03).

O perfil tanto exigido pelos contratantes quanto buscados pelas empresas é então o da mulher AA. Esta denominação é esporadicamente utilizada nesse

⁵ Tradução nossa. “(...) offer the first study of the economics of discrimination in the labor market against yet another group - the ugly - and its obverse, possible favoritism for the beautiful” (versão original).

⁶ Tradução nossa. “other things equal, wages of people with below - average looks are lower than those of average - looking worker (...)” (versão original).

ramo e significa, de maneira geral, mulheres altas (acima de 1.75), brancas, bonitas, magras (manequim entre 34 e 36), esguias. Ou seja, além de adquirir um valor real/simbólico a beleza também codifica e fragmenta a mulher: existem as mulheres AAs e as outras mulheres.

3. Padrões de beleza como fator na contratação de casting em eventos

A inquietação dessa pesquisa surge - para além daquilo que já foi abordado até aqui - de nossas experiências na organização e produção de eventos. No entanto, a fim de fundamentar a hipótese de que há uma predileção por mulheres consideradas bonitas para trabalharem em eventos, houve a decisão em realizar uma pesquisa de campo.

O questionário foi estruturado em sete perguntas entre as quais quatro delas eram sobre o perfil das candidatas para seleção e três eram de identificação da empresa. A ideia deste questionário foi que em cada uma das três perguntas de seleção de *casting*, as participantes (gerentes de empresas de organização de eventos das cidades de Ouro Preto e Mariana (MG) selecionassem dentre dez fotos de mulheres, apenas cinco para atuarem em eventos distintos. Assim, sob o prisma semiótico, a imagem é pensada aqui como um agente construtor de um social à medida que também é construída por ele (SANTAELLA, 2007). Para pensar o discurso visual das empregadoras por meio da seleção de fotografias e suas estruturas de significação no processo de contratação em diferentes funções no setor de eventos, os enunciados das questões foram:

Questão 4 – Com base nas dez imagens de mulheres apresentadas selecione CINCO delas para atuarem no cerimonial e credenciamento de um evento científico;

Questão 5- Com base nas dez imagens de mulheres apresentadas selecione CINCO delas para atuarem no cerimonial e credenciamento de um evento corporativo;

Questão 6 – Com base nas dez imagens de mulheres apresentadas selecione CINCO delas para atuarem em um estande relacionado à área de saúde e bem-estar.

Nas fotografias eram expostas cinco mulheres dentro dos padrões estéticos de beleza socialmente construídos (pele branca, alta, magra, olhos claros, cabelo liso e sem nenhuma deficiência audiovisual perceptível – GRUPO I) e cinco mulheres

consideradas à margem desse padrão (acima do peso, negras ou pardas, olhos escuros, cabelos crespos e com deficiência audiovisual perceptível – GRUPO II). Na sétima pergunta buscou-se, a partir de uma questão aberta, compreender os principais critérios utilizados pelos representantes das empresas para selecionar o *casting* apresentado.

Adiante, aplicou-se entrevista semiestruturada a duas mulheres que já participaram da seleção para trabalhar em eventos, sendo que uma delas foi contratada e a outra não. A entrevista foi estruturada em três perguntas norteadoras, respectivamente: na seleção que você participou, foi exigido algum perfil físico e estético para contratação? Por que você acha que (não) foi selecionada? Levando em consideração a sua experiência em trabalhar com eventos você acha que as empresas contratam monitoras considerando padrões de beleza?

A opção em tomar como base não só os dados respondidos pelas representantes de empresas, mas também de monitoras que já trabalharam em eventos, deve-se ao fato de notarmos uma certa tentativa de esconder a realidade de marginalização de pessoas consideradas feias por essas empresas. Assim, a proposta é analisar os dados coletados, tanto pelos questionários, quanto pelas entrevistas em conjunto e confrontá-los de modo a produzir uma análise crítica e realista. É necessário salientar ainda que os nomes das participantes desta pesquisa são fictícios.

Nota-se ao analisar as entrevistas uma preferência das empresas em contratarem mulheres magras. Apesar disso, 3 das 4 representantes das empresas, selecionaram no mínimo duas mulheres obesas. Ao contrário do que podemos observar nos discursos das entrevistadas:

Só pra ter uma ideia, o uniforme deles, limite máximo da numeração é 42. Ou seja, se você veste acima de 42, você não vai estar selecionado para trabalhar. E a desculpa é ...não, porque a gente não tem uniforme maior. Nosso uniforme maior é 42". Ou seja, não vai falar diretamente pra você que você está fora do padrão, mas, o padrão é até 42 (Karla).

uma fornecedora chegou até a proprietária da empresa reclamando que a funcionária dela estava acima do peso e que o uniforme não fechava e isso era ruim para imagem da empresa aí, depois desse fato, essa proprietária chegou até a funcionária e disse que ela estaria dispensada de todos os eventos enquanto ela não reduzisse o peso dela pra trabalhar como recepcionista

(Karla).

Eu já presenciei casos de uma pessoa acima do peso ir procurar e não ter uniforme do tamanho dela e ela ser dispensada (Bruna).

Como pondera-se nesse artigo, a sociedade, por meio de tecnologias da informação e da indústria da beleza, produziu um ideal de corpo e estética hegemônicos. Há com isso a criação do estigma do corpo gordo, significa dizer então, que esse corpo se torna “estranho, depreciado, desvalorizado, diferente dos demais, considerado alguém menos desejável” (MATTOS E LUZ, 2009, p. 491). Para além disso, alguns pesquisadores estrangeiros, em especial Stephen Morris (2007), revelaram em seus estudos que até o mesmo no mercado de trabalho há uma discriminação de trabalhadores obesos, em detrimento dos demais. Fato este, como explica o autor, se dá por dois fatores:

Em primeiro lugar, a obesidade pode ser uma condição de saúde debilitante. Portanto, igualando-se os demais fatores relevantes além da obesidade, trabalhadores obesos tendem a ser menos produtivos que trabalhadores não-obesos e, conseqüentemente, tendem a ser menos contratados. Em Segundo lugar, é possível que haja discriminação contra pessoas obesas (MORRIS, 2007, p. 416)⁷.

Assim, tais estudos somados as entrevistas realizadas, demonstraram como as empresas do setor de eventos, participantes da pesquisa, sinalizam para postura gordofóbica, ao passo que, pretere pessoas obesas ou não as contratam, por preconceito. No entanto, o fato de 3 das representantes que participaram da pesquisa selecionarem, a partir das imagens apresentadas, mulheres obesas para o *casting*, pressupõe uma negativa em assumir uma posição vista como “preconceituosa”, com receio de que assim estariam prejudicando a imagem das suas empresas. Logo, evidenciou-se neste trabalho, por meio das entrevistas que, as posturas adotadas ao não selecionar mulheres fora dos padrões de beleza, são dadas por uma resposta genérica, na tentativa de mascarar o preconceito na seleção das monitoras:

⁷Tradução nossa. “First, obesity can be a debilitating health condition. Therefore, all else equal, the obese are likely to be less productive than the non-obese, and therefore less likely to be employed. Second, there may be discrimination against the obese” (versão original).

várias outras vezes eu já tentei participar de seleção para trabalhar em eventos. E a única coisa que eu ouvia era: “não, já preenchi a vaga. Não, outra pessoa já se inscreveu. Não, infelizmente você não tem o perfil dessa vaga (Karla).

No que tange a questão de raça, ou cor da pele, percebeu-se que todas as quatro participantes selecionaram mulheres negras. No entanto, 3 representantes escolherem mulheres negras de pele mais clara e magras, usualmente vistas chamadas de morenas, apenas 1 das participantes selecionou uma mulher negra fora dos padrões estéticos de beleza. Com isso, em primeira análise, poderíamos pressupor que a não há nenhuma relação de racismo no setor de eventos, porém, ao selecionar em sua maioria mulheres negras de pele clara, evidenciase-se uma tentativa de embranquece-las, logo, uma negação a negritude de seus corpos. Encontramos em Melo e Moita Lopes o caráter racista existente no estereótipo “mulher morena” enquanto elogio e que serve para explicar o que expomos acima: “identificá-las como morenas, moreninhas ou morenas escuras, escamoteia a dificuldade de olhar ou abordar a questão racial em contexto brasileiro” (2015, p. 74).

Além disso, ao proferir tais atos de fala performativos ou elogios, a materialidade negra que constitui essas mulheres seria apagada ou embranquecida para que elas sejam aceitas. Neste sentido, tais atos mascarados de elogios encobrem um racismo e/ou as identificam a valores que as tornam aceitáveis para uma parte da sociedade (MELO E MOITA LOPES, 2015, p. 74-75).

Outro ponto interessante em nossa pesquisa é que apesar das representantes selecionarem mulheres negras no questionário, em contrapartida, as entrevistadas (mulheres brancas) apontam pouca ou nenhuma participação de negras trabalhando nos eventos dessas empresas. Cabe ressaltar ainda, que esses relatos surgiram de modo espontâneo, sem qualquer pergunta que remontasse a questão de raça.

Negras é raridade. A maior parte é branca. Eu já trabalhei como funcionária e já trabalhei como free lance em várias outras empresas. Vários outros cerimoniais. E sempre é a mesma coisa. Negra é raridade a gente ver. E não é negra, nem sempre é negra, negra de cor escura, às vezes morenas. Aqui a gente falando de cor da pele e não raça, mas morenas é mais difícil, geralmente são brancas, loiras. A cor do olho não faz muita diferença não, mas, cabelo liso geralmente (Karla).

...elas (produtoras) geralmente pegam mulheres brancas ou negras muito bonitas com cabelão assim todo trabalhado, mas mais mulheres brancas ... (Bruna).

Os discursos corroboram com aquilo que exemplificamos sobre o estereótipo de morena e ainda confirmam a escolha por negras de tonalidade de pele mais claras por parte das organizadoras de eventos. A seguir, a segunda entrevistada ainda nos traz um relato interessante sobre a questão de raça:

Então, e, eu percebo também, por exemplo, dentro do setor de eventos, o pessoal que tá ali no Buffet, que vai fazer o coffee break, são meninas da mesma idade que eu, que são negras, ou que são esteticamente feias, e, mas, que tem a mesma idade que eu e que poderia tá fazendo a mesma coisa que eu (Bruna).

Ora, nota-se assim, que há uma predisposição em tentar esconder estas mulheres as colocando para atuarem em atividades que não lidem diretamente com o público. Além de atribuir a elas atividades relacionadas a área doméstica, algo que se tornou praxe em uma sociedade racista, onde a mulher negra ocupa as piores e mais precárias condições de trabalho (BENTO, 1995).

Ademais, uma das representantes escolheu apenas mulheres dentro do padrão estético de beleza (pele branca, alta, magra, olhos claros, cabelo liso e sem nenhuma deficiência audiovisual perceptível). Dentre as outras três, houveram mesclas nas escolhas do *casting*, selecionando mulheres do grupo I e do grupo II.

Porém, percebeu-se em uma delas uma seleção de maioria de mulher fora dos padrões (acima do peso, negras ou pardas, olhos escuros, cabelos crespos e com deficiência audiovisual perceptível). O que não condiz com os relatos das entrevistadas e com a experiência dos autores em eventos.

Por conseguinte, as entrevistadas ao longo de seus relatos afirmaram a predileção dos padrões hegemônicos de beleza e no setor de eventos. Não obstante, é necessário dizer novamente, que as duas entrevistadas já atuaram ou foram dispensadas pelas empresas que também participaram da pesquisa. Esses padrões levam em consideração não só fatores como peso, raça, mas outros como idade, altura, cor dos olhos, dentes, unhas:

Então, aí já tem... fora que mais jovem, a idade também conta, embora quase

nunca ninguém fale, cite isso, a idade conta, mesmo. Preferem pessoas mais jovens (Karla).

O cabelo bem arrumado, um sorriso aparentável, um corpo que seja padrão também (Karla)

dependendo do evento, se a pessoa for muito baixa, ela também não, ela também não é chamada pra trabalhar (Karla)

De olho claro, cabelo liso, é, as unhas tem que tá bem feitas, maquiagem também (Bruna)

Uma das entrevistadas sugeriu ainda que, há uma homofobia velada no setor, de modo a não contratar homossexuais ou lésbicas que aparentam sua sexualidade:

Tem a questão também do sexo. As vezes é homem para recepcionista. Se percebe-se que é homossexual, já é descartado. Há isso, com frequência, infelizmente pros dois lados, quanto feminino quanto masculino (Karla).

Ambas as entrevistadas afirmam que os critérios estéticos e físicos de beleza são levados em consideração na contratação de monitoras para trabalharem nos eventos. Argumentam ainda que a beleza é o principal fator para a contratação, especialmente para atuar em stands. Uma das entrevistadas, alega que esses critérios, algumas vezes, são exigidos por empresas contratantes, mas que as empresas pesquisadas também utilizam desses parâmetros na seleção.

Primeiro de tudo é a beleza. Não poder ser uma pessoa como vou dizer feia não, tem que ser uma pessoa que é considerada bonita. Que tem um padrão básico de beleza (Karla).

muitas empresas que contratam os cerimoniais, eles já tem um padrão e esse padrão geralmente é que é exigido em cidades maiores onde tem agências de modelo, coisas que a gente não tem aqui (Karla).

Aí por exemplo, a gente percebe que nos stands eles dão preferência por mulheres bonitas. Que na secretaria são mulheres de um rosto mais bonito, mais o corpo já não interfere tanto. Mas, cada setor um padrão de beleza diferente (Bruna).

A partir desses discursos e suas constatações, torna-se plausível, entender que os padrões de beleza operam nas relações de trabalho em eventos, sendo fator

primordial na seleção de *casting* por parte dos empregadores, constituem fatores de inclusão ou exclusão das candidatas a cargos no setor de eventos. Além disso, atuam na perpetuação de normativas de padronização dos corpos das mulheres. A beleza, não só na esfera social, mas nas relações de trabalho, assume aqui uma potência de incluir ou excluir sujeitos e, principalmente, mulheres. Obviamente, trata-se neste artigo de uma constatação do setor de eventos nas cidades de Mariana e Ouro Preto, Minas Gerais. Para tanto, este estudo preliminar e delimitado geograficamente, mostra a importância de se ampliar as discussões e pesquisas sobre o tema.

4. Considerações finais

Este artigo, trata de entender algo que parece ter-se transformado em trivial para quem trabalha no setor de eventos: a beleza é critério fundamental na contratação de pessoas para atuarem no setor. De fato, há eventos corporativos, de bem-estar, saúde, moda e beleza onde fica evidente a predileção por mulheres dentro de um padrão estético e físico como requisito para a seleção do *casting*.

Seria ingênuo, no entanto, atribuir as empresas de produção de eventos a responsabilidade por esta realidade e uso da beleza. Como aqui discutido, esses modelos de beleza/modos de ser/comportamentos estão ancorados em mecanismos de controle sobre os corpos; de uma sociedade patriarcal, em que mulheres são consideradas inferiores e seus corpos objetificados. Trata-se, ainda, de um biopoder intensificado pelo consumo funcionando numa imposição de normativas construídas que, por meio das tecnologias da informação e da indústria da beleza, (re) cria padrões sobre o corpo da mulher. Ora, sustentado por um sistema histórico reforçado pelas instituições, naturalizado pela socialização e pela mídia.

Notou-se no decorrer desta pesquisa que mulheres fora dos padrões: acima do peso considerado ideal, mulheres, negras ou são preteridas para trabalharem em eventos ou atuam em funções onde o contato com o público é restrito: coffee break, logística, etc. O que indica como a beleza possui um valor simbólico e real nas empresas de organização e produção de eventos.

Ser bonita é a garantia de seleção e também de uma certa remuneração acima da média. Já que em alguns casos, pessoas que trabalham em áreas como credenciamento, estandes promocionais, vendas, recebem um valor mais alto que os demais monitores de eventos.

Por fim, este artigo, abre caminho para novas discussões sobre preconceito, racismo, gordofobia e LGBTTFobia no setor de eventos e nas relações de trabalho de modo geral. Algo que foi pontuado aqui, mas que pode e deve ser, em outras oportunidades, discutidos separadamente dada a complexidade das temáticas.

Referências

AMORIM, Linamar Teixeira de. Gênero: uma construção do movimento feminista? Anais II Simpósio Gênero e Políticas Públicas, Universidade Estadual de Londrina, 18 e 19 de ago, 2011. pp. 1-12. Disponível em: < <http://www.uel.br/eventos/gpp/pages/arquivos/Linamar.pdf> >. Acesso em: 02 de setembro de 2016.

BALIEIRO, Fernando de Figueiredo. O queer e o conceito de gênero. In: Ponto Q, Núcleo de Pesquisa em Diferenças, Gênero e Sexualidade, 2011. Disponível em: < <http://www.ufscar.br/cis/2011/10/o-queer-e-o-conceito-de-genero/> >. Acesso: 01 de agosto de 2016.

BEAUVOIR, Simone de. O segundo sexo. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 2v, 2001.

BENTO, Maria Aparecida Silva. A mulher negra no mercado de trabalho. Estudos Feministas, v. 3, n. 2, p. 479-487, 1995.

BUTLER, Judith. Críticamente subversiva. In: JIMÉNEZ, Rafael M. Mérida. Sexualidades transgresoras. Una antología de estudios queer. Barcelona: Icària editorial, p. 55 a 81, 2002.

BUTLER, Judith. Problemas de gênero: feminismo e subversão de identidade. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

DE MELO, Glenda Cristina Valim; DA MOITA LOPES, Luiz Paulo. “Você é uma morena muito bonita”: a trajetória textual de um elogio que fere. Trabalhos em Lingüística Aplicada, v. 54, n. 1, 2015.

DWECK, Ruth Helena; SABBATO, Alberto Di; SOUZA, Frederico Teófilo de. O impacto socioeconômico da beleza – 1995-2004. Relatório final, Niterói, 2005.

ELIAS, Norbert. O processo civilizador: uma história dos costumes, Rio de Janeiro, Jorge Zahar, v.1, 1994.

FOUCAULT, Michel. Vigiar e Punir: o nascimento da prisão, trad. Raquel Ramalhete, Petrópolis: Editora Vozes, 1999 [1977 a 1ª edição em francês].

FOUCAULT, Michel. O nascimento da clínica. Ed. Forense, Rio de Janeiro, 1998.

GUIMARÃES, Shyrley Bispo. Algumas práticas do biopoder sobre os corpos dos indivíduos contemporâneos. Clínica & Cultura, 2015, 3.2 18-27.

HAMERMESH, Daniel S.; BIDDLE, Jeff E. Beauty and the labor market. National Bureau of Economic Research, 1993.

MARTINS, Luiz Alberto Moreira; PEIXOTO JUNIOR, Carlos Augusto. Genealogy of biopower. Psicologia & sociedade, v. 21, n. 2, 2009, p. 157-165.

LINHARES, Juliana. Marcela Temer: bela, recatada e “do lar”. In: Revista Veja. Disponível: < <http://veja.abril.com.br/brasil/marcela-temer-bela-recatada-e-do-lar/> >. Acesso em 08 de setembro de 2016.

MATTOS, Rafael da Silva e LUZ, Madel Therezinha. Sobrevivendo ao estigma da gordura: um estudo socioantropológico sobre obesidade. Physis [online], vol.19, n.2, 2009, pp. 489-507. ISSN 0103-7331. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/physis/v19n2/v19n2a14.pdf> . Acesso em 08 de setembro de 2016.

MIRANDA, Cynthia Mara. A Construção do ideal de beleza feminina em comerciais de televisão. Sociologia e política. I Seminário Nacional de Sociologia & Política. “Sociedade e políticas em tempo de incerteza”. UFPR, 2009.

MORRIS, Stephen. The impact of obesity on employment. Labour Economics, v. 14, n. 3, 2007, p. 413-433.

PERROT, Michelle. As mulheres ou os silêncios da história, Bauru, SP, EDUSC,

2005.

PINTO, Céli Regina. J. Feminismo, História e Poder. *Revista de Sociologia e Política*, 18(36), 2010, 15-23.

POGREBINSCHI, Thamy. Foucault, beyond disciplinary power and biopower. *Lua Nova: Revista de Cultura e Política*, n. 63, 2004, p. 179-201.

PRECIADO, Beatriz. "Multidões queer: notas para uma política dos 'anormais'". *Revista Estudo Feministas*, v. 19, n. 1, p. 11-20, jan./abr. 2011.

SANTAELLA, Lúcia. *O que é semiótica*. São Paulo: Brasiliense, 2007. (Coleções primeiros passos).

SEIDMAN, Steven. *Queer Theory/Sociology*. Malden: Blackwell, 1996.