



## A busca pela credibilidade: a enraizada necessidade feminina de se portar como homem

Carolina Araújo da Silva<sup>1</sup>

### Como Citar:

DA SILVA, Carolina Araújo. A busca pela credibilidade : a enraizada necessidade feminina de se portar como homem. Revista Sociedade Científica, vol.7, n. 1, p.3088-3099, 2024.

<https://doi.org/10.61411/rsc202462317>

DOI: [10.61411/rsc202462317](https://doi.org/10.61411/rsc202462317)

Área do conhecimento: Interdisciplinar.

Palavras-chaves: Administração; Mulher; Machismo enraizado; Mercado de Trabalho.

Publicado: 11 de julho de 2024

### Resumo

O presente artigo visa a reflexão e a exposição quanto a constante necessidade de as mulheres terem que se portar como homens para serem ouvidas e respeitadas. Subdividido em tópicos que permeiam a história, a economia, a metodologia, os resultados e as considerações finais, este artigo defende a luta pelo respeito e pela valorização da mulher no mercado de trabalho sem que essa tenha que se camuflar. As mulheres foram contratadas no universo corporativo mas um ambiente em que a maquiagem, os cabelos e as roupas são vulgarizados e vestimentas masculinizadas passam mais credibilidade do que vestidos não permite a devida aceitação da participação feminina. Através de filosofias, análise de dados, biográficas e documentos busca-se sinalizar a triste realidade contemporânea no que tange a mulher no mercado de trabalho e a imagem feminina na liderança. Com isso, traçar um paralelo entre o movimento feminista, o patriarcado enraizado e a constante sexualização da mulher permite a compreensão e a contextualização da problemática assim como expor as raízes preconceituosas presentes na sociedade atual. Assim, traçar uma reflexão acerca da limitação da participação feminina no mundo corporativo é essencial para sua minimização e, dessa forma, deixar essa problemática apenas nos livros didáticos de história.

### Abstract

This article aims to reflect and expose the constant need for women to behave like men in order to be heard and respected. Subdivided into topics that permeate history, economics, methodology, results and final considerations, this article defends the fight for respect and appreciation of women in the job market without them having to camouflage themselves. Women were hired in the corporate world, but an environment

<sup>1</sup>Universidade Federal Fluminense ✉



in which makeup, hair and clothes are vulgarized and masculine clothing gives more credibility than dresses does not allow for the due acceptance of female participation. Through philosophies, data analysis, biographies and documents, we seek to highlight the sad contemporary reality regarding women in the job market and the female image in leadership. Therefore, drawing a parallel between the feminist movement, the deep-rooted patriarchy and the constant sexualization of women allows the understanding and contextualization of the problem as well as exposing the prejudiced roots present in today's society. Therefore, outlining a reflection on the limitation of female participation in the corporate world is essential to minimize it and, in this way, leave this problem only in history textbooks.

**Keywords:** Administration; Woman; Rooted machismo; Job market.

### **Resumen**

Este artículo pretende reflexionar y exponer la necesidad constante de que las mujeres se comporten como hombres para ser escuchadas y respetadas. Subdividido en temas que permean historia, economía, metodología, resultados y consideraciones finales, este artículo defiende la lucha por el respeto y valoración de las mujeres en el mercado laboral sin que ellas tengan que camuflarse. Se contrató a mujeres en el mundo empresarial, pero un entorno en el que el maquillaje, el cabello y la ropa se vulgarizan y la ropa masculina da más credibilidad que los vestidos no permite la debida aceptación de la participación femenina. A través de filosofías, análisis de datos, biografías y documentos, buscamos resaltar la triste realidad contemporánea sobre la mujer en el mercado laboral y la imagen femenina en el liderazgo. Por lo tanto, trazar un paralelo entre el movimiento feminista, el arraigado patriarcado y la constante sexualización de las mujeres permite comprender y contextualizar el problema así como exponer las raíces prejuiciosas presentes en la sociedad actual. Por tanto, esbozar una reflexión sobre la limitación de la participación femenina en el mundo empresarial es



fundamental para minimizarla y, de este modo, dejar este problema sólo en los libros de texto de historia.

**Palabras clave:** Administración; Mujer; Machismo arraigado; Mercado de trabajo.

## 1. **Introdução**

Em meados do século XVIII, a Revolução Industrial marcou a entrada das mulheres no mercado de trabalho, embora em condições precárias, muitas mulheres começaram a trocar o trabalho doméstico pelo trabalho fabril. Ao longo dos séculos XIX e XX, movimentos sociais e feministas começaram a ganhar força, desafiando as normas de gênero e lutando por direitos trabalhistas igualitários, contudo, foi apenas após as duas Guerras Mundiais que a mão-de-obra feminina se tornou necessária.

Após cerca de quatro séculos, na contemporaneidade, as mulheres se instalaram no mercado de trabalho, conquistando cargos de liderança e impondo opiniões. Mas, infelizmente, a composição social passada ainda persiste no presente, em que mulheres pretas são diminuídas, mulheres grávidas ou mães são silenciadas e mulheres maduras são demitidas. A partir disso, mulheres são “obrigadas” a se encaixarem em um padrão às vezes não pertencente a elas, como por exemplo os ternos, os cabelos amarrados, escondidos, a utilização de cores neutras, tudo para se camuflarem no mundo corporativo masculino e talvez serem respeitadas por suas falas, já que estariam “menos” mulheres. Um universo de trabalho onde tais regras estão enraizadas nas filosofias das organizações são incapazes de promover a democracia e o crescimento econômico e social brasileiro e, por isso, através deste, procura-se o entendimento da importância da mulher na economia assim como a valorização do papel feminino no mundo corporativo e o seu devido respeito.

### 1.1 **O movimento feminista e a importância da mulher**

Para Gardiner (2004) a misoginia colaborou para a criação das teorias feministas, ou seja, a condenação cultural contra as mulheres pelos escritores religiosos, filósofos e discursos populares existentes há séculos e em diversas culturas, produziram



resistências contra as mulheres. Já na Grécia antiga, Aristóteles definia as mulheres como sendo homens naturalmente inferiores em termos de razão.

A primeira onda do feminismo concentrou-se principalmente na luta pelos direitos das mulheres ao voto. O movimento sufragista ganhou destaque em várias partes do mundo, com mulheres como Susan B. Anthony nos Estados Unidos, Emmeline Pankhurst no Reino Unido e Nísia Floresta no Brasil liderando campanhas incansáveis pelo direito das mulheres à participação política, porém pouco mudou e a desigualdade persistia.<sup>9</sup> Começou-se a questionar sobre as normas sociais tradicionais que as limitavam e a exigir-se mudanças abrangentes em áreas como contracepção, aborto, sexualidade, mercado de trabalho e direitos reprodutivos. Esse momento também trouxe à tona discussões importantes sobre interseccionalidade, reconhecendo que as opressões de gênero se entrelaçam com raça, classe, orientação sexual e outros aspectos da identidade humana. Feministas como Betty Friedan, Simone de Beauvoir, Audre Lorde, Lélia Gonzalez e Bell Hooks foram vozes proeminentes nesse movimento, desafiando as estruturas patriarcais e lutando por uma sociedade mais igualitária.

Embora grandes conquistas tenham sido feitas, o espaço intelectual e espiritual ainda é uma luta da atualidade. A partir disso, Mary Beard (2), historiadora e uma das vozes ativas para a representatividade das mulheres, afirmou (citação 1)<sup>2</sup>:

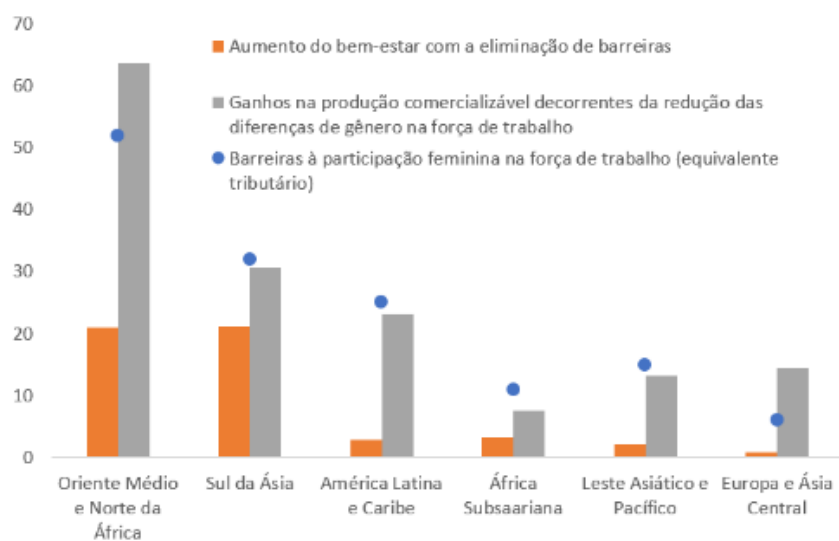
“Se queremos dar a todo gênero feminino - e não apenas a poucas pessoas específicas - lugar nas estruturas de poder, precisamos pensar com mais afinco como e por que pensamos como pensamos.”

Tal afirmação evidencia as origens e a persistência do movimento feminista e o movimento igualitarista, uma vez que a indignação e a opressão foram tamanhas que um movimento revolucionário teria de ser criado e propagado para que a democracia e o respeito mútuo surgissem.



A inclusão da mulher no mercado de trabalho, ou melhor, sua quase imposição pós-guerra, trouxe diversas diferenças marcantes para a economia, dentre elas está o impulso no crescimento.<sup>8</sup> As mulheres trazem novas habilidades para o trabalho, além de aumentarem a produtividade, logicamente pelo aumento da mão-de-obra. Nos países que se situam na metade inferior da amostra em termos de desigualdade de gênero, eliminar a diferença entre os gêneros poderia aumentar o PIB em 35%, em média, de acordo com o IMF. O Gráfico 1<sup>6</sup> demonstra de forma didática os benefícios da inclusão das mulheres no mercado de trabalho.

Gráfico 1: Análise na inclusão da mulher no mercado de trabalho.



Fonte: Cálculos do corpo técnico do FMI.

Comprova-se que a participação feminina melhorou os resultados e a harmonia no ambiente de trabalho, porém não é isso que se busca, mas sim, a sua aceitação e o verdadeiro reconhecimento da figura feminina por ela mesma, algo utópico na realidade, já que mulheres de vestidos são consideradas menos profissionais



comparadas as que vestem calças e blusas. Basta uma simples pesquisa na Internet para a comprovação, ao digitar-se “credibilidade feminina”, ideias de roupas masculinizadas surgem rapidamente na tela, cenário entristecedor visto uma longa jornada de luta pelo reconhecimento da mulher por ela mesma.

## 2. Metodologia

Godoy (1995) afirmou que a pesquisa qualitativa às vezes se torna mais apropriada quando estamos lidando com problemas pouco conhecidos. Nesse sentido, a opção pela metodologia qualitativa ocorreu após a definição do problema e do estabelecimento dos objetivos da pesquisa que se pretendeu realizar. Através de procedimentos metodológicos como a análises de dados e documentos e a revisão sistemática da literatura, por exemplo, a fundamentação da argumentação foi alcançada. Os materiais de análise permeiam artigos publicados com o cunho administrativo, biografias de figuras femininas marcantes na história, mulheres que inovaram o mercado de trabalho e livros de material didático.

John Locke, empirista, defende a ideia da experiência sobre a razão inefável, em que ao nascer, as pessoas são “tábulas rasas” que ganham conhecimento através de pesquisas e experiências. A partir disso, a análise de diversos textos e documentos é necessária para fundamentar a ideia da mulher ter que se camuflar para ser ouvida e respeitada.

Em vista disso, ao analisar o artigo 456-A da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), (citação 2), percebe-se comportamentos organizacionais enraizados <sup>3</sup>:

“Cabe ao empregador definir o padrão de vestimenta no meio ambiente laboral, sendo lícita a inclusão no uniforme de logomarcas da própria empresa ou de empresas parceiras e de outros itens de identificação relacionados à atividade desempenhada”.

Ou seja, a legislação estabelece que a vestimenta é escolha da organização, deixando cada instituição definir sua estratégia de uniforme, evidenciando o machismo



enraizado constante no mundo corporativo e a exigência de roupas masculinizadas para passar credibilidade, dando origem ao “dress-code” das empresas, forma eufêmica de impor que a figura feminina se fantasiasse.

Além disso, outro acontecimento histórico importante para se entender a origem de tais comportamentos opressivos às mulheres nas empresas é a história da Maria Quitéria de Jesus.<sup>10</sup> Ela foi a primeira mulher a entrar no exército em 1823, camuflada de homem. Em 1822, o Conselho Interino do Governo da Bahia passou a recrutar voluntários para as lutas de apoio à Independência. Maria Quitéria interessou-se pela proposta e pediu ao seu pai permissão para se alistar, mas foi proibida por ele.

Decidida a lutar pela Independência, Maria Quitéria contou com a ajuda de sua irmã, Tereza Maria, e seu cunhado, José Cordeiro de Medeiros. Ela pegou o uniforme do cunhado emprestado, cortou seus cabelos e apresentou-se como homem ao Exército.

Desde então, pouco mudou na estrutura organizacional brasileira. As mulheres foram incluídas, de fato, mas a vestimenta e os cabelos amarrados trazem uma analogia ao passado que pode ser considerado um simples reflexo.

No livro “Mulher, roupa, trabalho”,<sup>4</sup> Mayra Cotta e Thais Farage (4), figuras feministas da contemporaneidade, abordam de forma didática a ideia de que o mercado de trabalho foi construído ao longo dos séculos para que as mulheres nunca estejam adequadas: ou são velhas demais, ou jovens demais, ou mostram pele demais, ou são “rigorosas” demais na forma de se portar. Maquiagem é sinônimo de futilidade, a falta de maquiagem é desleixo, é um jogo impossível de vencer.

Assim, com a lei imposta, evidenciando que é sim uma escolha organizacional tal preconceito, com diversas histórias ao longo do tempo de símbolos femininos lutando pela devida valorização e participação e a constante luta através das feministas atuais, comprova-se que é uma luta antiga, perseverante e difícil de se vencer diante do patriarcado enraizado e a sexualização da mulher.

## 2.1 O patriarcado enraizado na sociedade



Celia Amorós (1) afirmou :

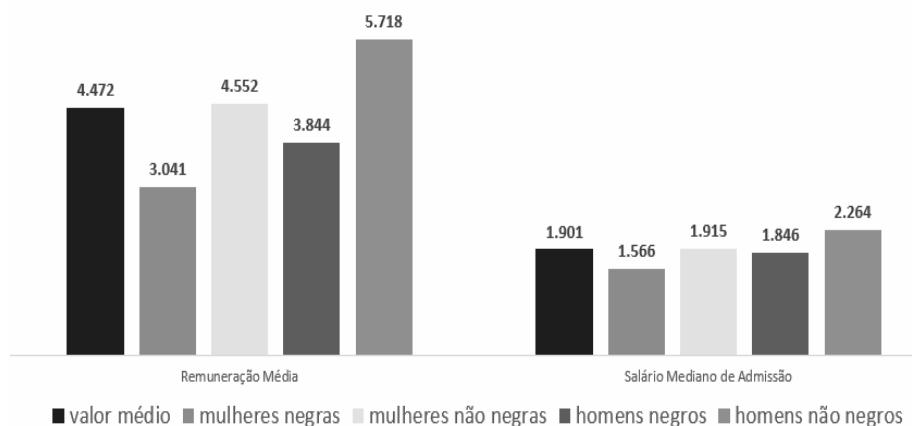
“pode-se considerar o patriarcado como uma espécie de pacto interclassista metaestável, pelo qual se constitui o patrimônio de gênero dos homens, na medida em que eles se auto instituem sujeitos do contrato social diante das mulheres que são, em princípio, as contratadas”.

Existe uma forte associação entre as famílias e o patriarcado que remete à origem do termo “família”, oriundo do vocábulo latino *famulus*, que significa “escravo doméstico”. Esse novo organismo social – a família – consolidou-se enquanto instituição na Roma Antiga. A família romana era centrada no homem, sendo as mulheres, no geral, meras coadjuvantes. A autoridade do *pater familiae* sobre os filhos prevalecia até mesmo sobre a autoridade do Estado e duraria até a morte do patriarca, que poderia, inclusive, transformar seu filho em escravo e vendê-lo.

Desde os mais remotos sistemas de organização, o homem é visto como o ser principal e intocável, sendo isso, um espelho para a sociedade atual, onde homens e mulheres que possuem o mesmo cargo não recebem o mesmo salário ou o mesmo reconhecimento. De acordo com o Ministério do Trabalho e Emprego, as mulheres recebem 19,4% a menos que os homens, em cargos dirigentes, essa diferença dispara para 25,2%. No recorte por raça/cor, as mulheres negras, além de estarem em menor número no mercado de trabalho (2.987.559 vínculos empregatícios, 16,9% do total), são as que têm renda mais desigual. Enquanto a remuneração média da mulher negra é de R\$ 3.040,89, correspondendo a 68% da média, a dos homens não-negros é de R\$ 5.718,40 — 27,9% superior à média. Elas ganham 66,7% da remuneração das mulheres não negras. O Gráfico 2<sup>5</sup> representa graficamente esta disparidade.



Valor da remuneração média e do salário mediano de admissão, por sexo e etnia e raça Brasil, 2022 (em reais)



Fonte: MTE. eSocial. Rais.

Gráfico 2: Análise salarial do mundo corporativo.

A visão do homem como ser superior assombra as organizações atuais seja de forma salarial, comportamental e/ou psicológica, evidenciando a necessidade feminina de se portar e se vestir como um homem para receber o mínimo, o respeito.

## 2.2 Sexualização da mulher

Diante dos documentos analisados, em conjunto às ideias que permeiam esse tema, conclui-se que um dos grandes fatores para a masculinização das roupas femininas no mercado de trabalho com o objetivo de transmitir maior credibilidade é a constante sexualização da figura feminina.

Desde os primórdios da civilização, as mulheres são vistas como objetos de reprodução e posse, sendo incapazes de se desvencilhar de tal imagem, na religião, foram desenhadas como algo derivado do homem, na ciência, o corpo feminino era envolto de mistérios que deram margem para grandes equívocos construindo, assim, uma imagem perturbada da mulher. A infância masculina gira em torno da pornografia com o intuito de se “provar” homem, e meninos são ensinados desde o berço a desrespeitarem mulheres e as diminuir como prova de masculinidade.

Hipócrates (460 - 375 a.C.) e Platão (427 - 347 a.C.) defendiam a tese de que a histeria era uma enfermidade orgânica de origem uterina e, portanto, especificamente feminina. Eles imaginavam que o útero era o responsável direto por tudo quanto dizia respeito ao mundo feminino, alimentando a crença de que a anatomia designava seu destino e único desejo: o de ter filhos. Nessa perspectiva filosófica e histórica, a imagem da mulher foi desenhada de forma sexualizada e objetivada e após milênios, na atualidade, depois da entrada das mulheres no mercado de trabalho e, conseqüentemente, no meio corporativo, para transmitir seriedade, comprometimento e responsabilidade mulher precisa se “camuflar” e se tornar “menos” feminina, usando roupas masculinizadas. A Imagem 1 <sup>7</sup> representa de forma prática e midiática a influência dessa ideia nas organizações e no psicológico feminino.



Imagem 1: Capa da Forbes Brasil - Mulheres de Sucesso. Fonte: Forbes.

### 3. Considerações finais

É notável a luta feminina pelo seu espaço e valorização, assim como é notável a problemática plantada e regada ao longo de milhares de anos em prol do desconforto da mulher no mundo corporativo a fim de diminuir a porcentagem das mesmas nas empresas. Uma ideia errônea da figura feminina criada nos primórdios da civilização,



quando não havia conhecimento científico e lógico, influenciar de tal forma na sociedade atual demonstra a pouca evolução humana.

É preciso que mulheres usem roupas que, às vezes, não se sentem confortáveis como blazers e calças fazendo menção aos ternos para que sejam ouvidas. Dessa forma, é preciso refletir se tais comportamentos existentes devem ser passados adiante para as gerações futuras e de maneira efetiva, incentivar a maior entrada das mulheres no mundo corporativo, esse estando verdadeiramente aberto para recebê-las e assim trabalhar para que essa problemática esteja presente apenas nos livros didáticos de história.

#### 4. **Declaração de direitos**

O(s)/A(s) autor(s)/autora(s) declara(m) ser detentores dos direitos autorais da presente obra, que o artigo não foi publicado anteriormente e que não está sendo considerado por outra(o) Revista/Journal. Declara(m) que as imagens e textos publicados são de responsabilidade do(s) autor(s), e não possuem direitos autorais reservados a terceiros. Textos e/ou imagens de terceiros são devidamente citados ou devidamente autorizados com concessão de direitos para publicação quando necessário. Declara(m) respeitar os direitos de terceiros e de Instituições públicas e privadas. Declara(m) não cometer plágio ou autoplagio e não ter considerado/gerado conteúdos falsos e que a obra é original e de responsabilidade dos autores.

#### 5. **Referências**

1. AMORÓS, Célia. Tiempo de Feminismo. Sobre feminismo, proyecto ilustrado y postmodernidad. Madrid, Ediciones Cátedra, 1997. Citação 3.
2. BEARD M. Mulheres e poder; Um manifesto. Amazon. 2017. Citação 1.
3. BRASIL. Decreto-lei nº 5.452, de 1 de maio de 1943. Aprova a consolidação das leis do trabalho. Citação 2.
4. COTTA M..FARAGE T.Mulher, roupa, trabalho. São Paulo : Paralela, 2021.
5. Mulheres recebem 19,4% a menos que os homens, aponta 1o Relatório de Transparência Salarial. Disponível em: <https://www.gov.br/trabalho-e-emprego/pt-br/noticias-e-conteudo/2024/Marco/mulheres-recebem-19-4-a->



- menos-que-os-homens-aponta-o-relatorio-de-transparencia-salarial. Acesso em: 28/06/2024. Gráfico 2.
6. Os ganhos econômicos da inclusão de gênero: bem maiores do que você imaginava. Disponível em: <https://www.imf.org/pt/Blogs/Articles/2018/11/28/blog-economic-gains-from-gender-inclusion-even-greater-than-you-thought>. Acesso em: 28/06/2024. Gráfico 1.
  7. RODRIGUES, P. J. Forbes Brasil edição 105: Mulheres de Sucesso. Disponível em: <https://forbes.com.br/negocios/2023/03/forbes-brasil-edicao-105-mulheres-de-destaque/>. Acesso em: 28/06/ 2024. Imagem 1.
  8. SANTOS C; OLIVEIRA F. O papel da mulher na gestão de negócios. Universidade dos Grandes Lagos. 2019.
  9. SOUZA E; CORVINO M; LOPES B. Uma análise dos estudos sobre o feminino e as mulheres na área de administração: a produção científica brasileira entre 2000 a 2010. Universidade Federal do Espírito Santo. 2014.
  10. SYMANSKI R. Maria Quitéria: A soldada que conquistou o Império. Contracorrente. 2021.