

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA  
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS  
BACHARELADO INTERDISCIPLINAR EM CIÊNCIAS HUMANAS

Mariana Rosemback Rocha

**DISCRIMINAÇÃO DAS MULHERES NO MERCADO CERVEJEIRO EM PETRÓPOLIS**

Artigo apresentado ao Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Humanas, da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel (Trabalho de Conclusão de Curso). Orientador: Prof. Michelson Kairo Ribeiro Nogueira

Juiz de Fora  
2023

## DECLARAÇÃO DE AUTORIA PRÓPRIA E AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

Eu, Mariana Rosemback Rocha, acadêmica do Curso de Graduação Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Humanas, da Universidade Federal de Juiz de Fora, regularmente matriculado sob o número 201873175A, declaro que sou autor do Trabalho de Conclusão de Curso intitulado DISCRIMINAÇÃO DAS MULHERES NO MERCADO CERVEJEIRO EM PETRÓPOLIS, desenvolvido durante o período de março de 2023 a 19 de julho de 2023 sob a orientação de Professor Michelson Kairo Ribeiro Nogueira, ora entregue à UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA (UFJF) como requisito parcial a obtenção do grau de Bacharel, e que o mesmo foi por mim elaborado e integralmente redigido, não tendo sido copiado ou extraído, seja parcial ou integralmente, de forma ilícita de nenhuma fonte além daquelas públicas consultadas e corretamente referenciadas ao longo do trabalho ou daquelas cujos dados resultaram de investigações empíricas por mim realizadas para fins de produção deste trabalho.

Assim, firmo a presente declaração, demonstrando minha plena consciência dos seus efeitos civis, penais e administrativos, e assumindo total responsabilidade caso se configure o crime de plágio ou violação aos direitos autorais.

Desta forma, na qualidade de titular dos direitos de autor, autorizo a Universidade Federal de Juiz de Fora a publicar, durante tempo indeterminado, o texto integral da obra acima citada, para fins de leitura, impressão e/ou download, a título de divulgação do curso de Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Humanas e ou da produção científica brasileira, a partir desta data.

Por ser verdade, firmo a presente.

Juiz de Fora, 29 de março de 2023.

---

**Marcar abaixo, caso se aplique:**

Solicito aguardar o período de ( ) 1 ano, ou ( ) 6 meses, a partir da data da entrega deste TCC, antes de publicar este TCC.

OBSERVAÇÃO: esta declaração deve ser preenchida, impressa e **assinada** pelo aluno autor do TCC e inserido após a capa da versão final impressa do TCC a ser entregue na Coordenação do Bacharelado Interdisciplinar de Ciências Humanas.

# DISCRIMINAÇÃO DAS MULHERES NO MERCADO CERVEJEIRO EM PETRÓPOLIS

Mariana Rosembach Rocha<sup>1</sup>

## RESUMO

No Brasil, 54,5% das mulheres com 15 anos ou mais integravam a força de trabalho em 2019 (Agência Brasil, 2011). A discriminação contra a mulher pode ser evidenciada de várias maneiras, como o sexismo, etarismo e diferenciação salarial. Um estudo realizado pela Pearson em parceria com a Morning Consultancy ouviu 6 mil mulheres em diversos Países, incluindo o Brasil, e 65% das entrevistadas afirmaram que a discriminação por idade as afeta no trabalho. A diferenciação salarial provocada pela discriminação da mulher no trabalho ramifica-se em diversos outros desdobramentos e traz consequências futuras para sua reprodução pessoal e familiar. Repercute, inclusive, na proteção social, em especial na aposentadoria (Camila Rodrigues, 2018).

A discriminação ao trabalho da mulher é uma realidade no dia a dia da mulher que trabalha: se não uma realidade presente, há, pelos menos, a ameaça constante da discriminação. Seu combate se faz com uma legislação trabalhista eficaz e, acima de tudo, com educação formal, para que assim haja o devido respeito às diferenças (Alfredo Manuel de Azevedo Ferreira, 2013).

Em Petrópolis, a entrada das mulheres no mercado cervejeiro, assim como em muitas outras áreas da indústria, enfrentou desafios árduos. Historicamente, o setor cervejeiro tem sido dominado por homens, tanto em termos de fabricação de cerveja quanto de liderança nas empresas cervejeiras. Além disso, existem estereótipos de gênero enraizados na indústria cervejeira, o que pode levar a preconceitos. Mulheres podem enfrentar desafios em relação ao reconhecimento de suas habilidades e conhecimentos, sendo subestimadas ou não levadas a sério em ambientes dominados por homens. Essa dinâmica pode criar uma cultura de exclusão e dificultar o progresso e a ascensão profissional das mulheres. Esta é uma pesquisa exploratória que tem como objetivo analisar o ambiente cervejeiro em Petrópolis e entender se há discriminação contra as mulheres nesse meio. Foram feitas entrevistas com mulheres que participam do mercado cervejeiro e, como resultado pode-se notar que existe discriminação parcial contra as mulheres cervejeiras em Petrópolis.

**PALAVRAS-CHAVE:** mulheres, discriminação, cerveja, empoderamento, empreendedorismo

## 1. INTRODUÇÃO

O empoderamento feminino é um movimento no qual as mulheres lutam por igualdade. No século XX, o direito a escolher seus partidos políticos era permitido somente aos homens. Entretanto, mulheres foram às ruas e através de protestos, o direito ao voto foi também concedido a elas. No século XXI, o empoderamento feminino tem feito uma grande diferença em vários aspectos sócio-culturais. Empoderar é um ato de darmos poder a nós mesmas, ou seja, recrutamos forças, habilidades e vontade para externar (Shirley Fernandes, 2021). É evidente o avanço da mulher, especialmente quando falamos em mercado de trabalho, em ela estudar e ingressar nas oportunidades de mercado, contudo ainda é indiscutível que os desafios estão vigentes como fragmento de uma mentalidade primitiva que exerce ainda influência na discriminação da mulher nos dias atuais.

Até a década de 1940, quando a industrialização começou acontecer no Brasil, a grande maioria das mulheres eram as “do lar”, cuidavam da casa, marido e filhos, sem acesso ao mundo de fora, sem direito de escolha (Shirley Fernandes, fundadora e diretora comercial, 2021). A indústria começou a demandar trabalho e as mulheres iniciaram sua jornada, mesmo com desigualdade, por meio da diferença de salários. Ganhavam menos porque eram vistas como menos capacitadas, precisavam tolerar a mentalidade rasa da época. Mas as mulheres não abdicaram e, somente a partir dos anos 70 que elas iniciaram, de fato, a ocupação de outros espaços fora das casas, passando a exercer funções consideradas um pouco mais

---

<sup>1</sup> Graduando em Ciências Humanas pela Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF. E-mail: mariana\_rosembach@yahoo.com.br  
Artigo apresentado ao Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Humanas como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel.  
Orientador: Michelson Kairo Ribeiro Nogueira.

significativas pela sociedade, como de costureiras, professoras ou funcionárias do comércio. De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), menos de 14% das mulheres tinham emprego nos anos 1950, e o último censo (2010) mostra que esse número passou para 49,9%. Atualmente, muitas mulheres no Brasil complementam notadamente o orçamento da família, trabalham em múltiplas áreas do mercado e detêm os próprios planos de carreira. Além disso, elas estão sempre à procura de mais qualificação para conseguir vagas de emprego melhores e com mais benefícios. Mas, mais do que isso, elas estão tornando-se vocais com o direito de efetuar suas escolhas e serem elas, com sua veracidade de acordo com suas competências e forças fundamentais (O Globo, 2015).

Ainda existe a desigualdade de Cargos e Salários e para exemplificar, um estudo realizado em 2018, mostra que o rendimento médio das mulheres com emprego foi 20,5% menor do que o dos homens, além da disparidade de cargos ocupados por ambos. Pesquisa realizada pelo site de empregos Catho neste ano com quase 8 mil profissionais mostra que elas ganham menos que os colegas do sexo oposto em todos os cargos, áreas de atuação e níveis de escolaridade pesquisados – a diferença salarial chega a quase 53% (matéria feita pelo G1, 2018). Ainda que as mulheres tenham passado a ter trabalhos remunerados, isso não as isentou do trabalho doméstico. De acordo com pesquisa do IBGE, as mulheres gastam o dobro do tempo dos homens em atividades domésticas. Enquanto eles gastam em média 10,9 horas por semana, as mulheres gastam 21,3 horas. É cômico quando escutamos as pessoas dizerem que mulheres são guerreiras, é difícil entender essa romantização da mulher, e isso precisa ser levado muito a sério, são guerreiras, que buscam resiliência para conciliarem suas tarefas sem prejudicar a qualidade de entrega. Mas a maior desigualdade ainda está atrelada ao lugar ocupado por homens e mulheres na hierarquia das empresas. Logo, isso é o que esclarece parte da desigualdade salarial. Mesmo já sendo maioria em algumas profissões, os homens ainda comandam os cargos mais altos. Todavia, é impossível fechar os olhos para a relevância da contribuição feminina no contexto sócio econômico. É uma parcela importante para a expansão da economia global e uma das pautas da reunião do G20, grupo do qual o Brasil faz parte, foi determinada metas para a redução da desigualdade de gênero nas maiores economias do mundo. Até 2025, o Brasil precisa diminuir a diferença entre homens e mulheres em 25%. Ainda que leve um tempo para derrotar todos os desafios da desigualdade, a mulher não prescinde e vêm ganhando lugar graças aos próprios esforços. Segundo a Forbes, as mulheres estão preenchendo cargos que, anteriormente, eram direcionados apenas ao público masculino. Essas mulheres estão na produção, na área técnica e de inovação, mas, mesmo em postos de liderança, ainda são subestimadas e enfrentam desafios diários relacionados ao gênero.

Petrópolis é conhecida como a Capital Estadual da Cerveja e conta com mais de 20 cervejarias artesanais em funcionamento, entre fábricas, brewpubs e ciganas. A cidade também é o maior centro de conhecimento cervejeiro do país e ponto turístico de Petrópolis. A Cervejaria Bohemia é um dos realces da cidade e funciona como um museu da cerveja, contando a história da bebida no Brasil e no mundo, além da história da própria cervejaria. As cervejas têm uma presença muito forte na história petropolitana. Apenas sete anos após a fundação da cidade, em 1850, teve a inauguração da Bohemia, com outro nome na época, primeira cervejaria do país. Desde então, a cultura cervejeira vem conquistando cada vez mais espaço na cidade, que no último ano recebeu o título de capital estadual da cerveja. Atualmente, há mais de 20 cervejarias artesanais petropolitanas, que juntas geram mais de 1,5 mil empregos diretos, além de três fábricas de produção em grande escala. Um acontecimento que possibilitou a conquista do título foi a criação da Associação de Cervejeiros Artesanais de Petrópolis (Acerva), criada em 2016. Antes da cidade, apenas capitais contavam com associações do tipo. Para um dos fundadores da Acerva e sócio da Cervejaria de Raiz, Gustavo Holderbaum, a união entre os cervejeiros tornou o segmento mais forte na cidade.

Um grupo composto por 16 mulheres compõe a “Confraria Coisa de Mulher” que surgiu com o objetivo de marcar a presença feminina no setor cervejeiro em Petrópolis. Criado em março de 2022, o grupo pretende idealizar projetos, ações sociais e eventos além de proporcionar momentos de estudos sobre o mundo da cerveja entre mulheres (Aline Rickly, 2022). Petrópolis é considerada a Capital Estadual da Cerveja, mas segundo Juliana de Souza, presidente da Confraria Coisa de Mulher, o setor produtor na cidade é muito marcado pela presença masculina. A Confraria surge, então, como forma de destacar o interesse também das mulheres em produzir e degustar cerveja (blog Soul Petrópolis, 2022). A Confraria Coisa de Mulher tem uma conta no Instagram @confrariacoisademulher onde compartilham fotos e informações sobre eventos e degustações. Diante deste contexto, tem-se como problema a discriminação contra mulher e a dificuldade que elas encontram no mercado cervejeiro em Petrópolis, no entanto, é importante destacar que, apesar dos desafios, há um movimento crescente para promover a participação das mulheres no mercado

cervejeiro. Organizações, como grupos de mulheres cervejeiras, associações de cervejeiros, estão trabalhando para criar espaços mais inclusivos, aumentar a representatividade feminina e combater o preconceito de gênero na indústria. Mas ainda é um processo lento e que encara muitas dificuldades, uma delas é o machismo estrutural muito presente na cidade. Como objetivo geral, esse artigo busca analisar o preconceito enfrentado pelas mulheres no ramo cervejeiro em Petrópolis, onde estas buscam criar um ambiente inclusivo e igualitário, onde as mulheres sejam respeitadas, valorizadas e tenham as mesmas oportunidades de participação, crescimento profissional e liderança na indústria cervejeira. Isso será alcançado através do combate a estereótipos de gênero, da desconstrução de preconceitos enraizados e da promoção da diversidade e equidade de gênero no ramo cervejeiro em Petrópolis.

A partir disso, o objetivo específico deste artigo é identificar e analisar as manifestações de preconceito enfrentadas pelas mulheres no ramo cervejeiro em Petrópolis, incluindo reconhecer, estereótipos de gênero e desigualdade de oportunidades, a fim de compreender as principais barreiras enfrentadas.

## **2. O EMPODERAMENTO DA MULHER DO SÉCULO XXI VEM EXPONDO UM ATUAL PALCO A SER VIVENCIADO**

Empoderamento é a consciência da capacidade da mulher em desenvolver-se e escolher ser ela mesma (Shirley Fernandes, 2021). Há uma sobrecarga na mulher e, com isso tem um afastamento dela com ela, mas este cenário tem sido revertido diariamente porque a compreensão da mulher que ela tem a sua identidade, tem competência e merece ser o que quer, tem quebrado padrões e feito a diferença. Esta conscientização das mulheres tem feito uma enorme diferença em vários entendimentos sócio-culturais. Nessa situação, entra a parte da mulher empoderada e suas ações. Optar é um passo importante e decisivo, porém a grande dificuldade é a materialização destas medidas que resultem em resultados. Os resultados que validam e priorizam argumentos impecáveis da fragilidade e incapacidade da mulher.

Segundo a Organização Internacional do Trabalho (OIT), o Brasil poderia expandir sua economia em até R\$382 bilhões ao longo de oito anos. Isso dependeria de aumentar em 1/4 a inserção das mulheres no mercado de trabalho até 2025. Por trás dessa meta, está uma questão lógica: um país só é capaz de se desenvolver se houver igualdade e justiça social (Marina Wentzel, BBC Brasil – 2017). A mulher empoderada entende a sua capacidade de empreender, realizar, fazer. Quantos rótulos foram colocados nessas mulheres dizendo o que elas podem ou não fazer, e hoje em dia muitos “caindo por terra” graças as mulheres do século XXI que vem ressignificando cada vez mais a sua trajetória. O empoderamento feminino tem mostrado este resgate da competência, e jogando por terra a ideia da retenção. Hoje a mulher do século XXI, a mulher empoderada, procura o autoconhecimento, se delinea, olha mais para si, ela tem a escolha de usar suas forças. Oprah Winfrey uma vez disse: “Crie a melhor, a mais grandiosa visão possível para a sua vida, porque você se torna aquilo que você acredita.”

De acordo com o G1, no século XX, o direito de escolher seus partidos políticos era permitido somente aos homens. Hoje em dia, as mulheres têm mais oportunidades e direitos do que nunca antes. O empoderamento feminino é importante porque ajuda a garantir que as mulheres tenham as mesmas oportunidades e direitos que os homens. Isso inclui o direito de votar, trabalhar fora de casa e ter acesso à educação e à saúde. É relevante enfatizar a princípio, que obstáculos na caminhada do empoderamento feminino não só existe como vem crescendo a cada dia. Nesse entendimento, isso sucede devido a pensamentos arcaicos e machistas instaurados na sociedade como a ideia de que cabe a mulher, apenas, cuidar dos deveres domésticos e da criação dos filhos, enquanto o homem deve ocupar posições elevadas a fim do sustento familiar. Em controversa a tal perspectiva, é notório no dia a dia, nas mídias digitais, casos de mulheres que despertam as 05:00 AM para trabalharem a fim de preencherem suas necessidades próprias de estabilidade, diante disto é inaceitável a ideia da superioridade masculina sobre a mulher e seu papel no meio social. Outro fator factual está relacionado ao meio econômico que, sem dúvida, o sexo feminino encontra impasses que dificultam a sua participação devido à preferência por homens. Conforme a OIT (Organização Internacional do Trabalho), as chances de uma mulher conseguir um emprego é 25% inferior à dos homens. Consequentemente, isso acontece porque as instituições de trabalho querem se poupar do risco de futuramente ter uma funcionária grávida, em função do direito que ela tem de receber seu salário no período de licença maternidade. Posto que, pagar por um trabalho que não está sendo executado, é decerto,

uma despesa. Nesse sentido, o empoderamento das mulheres é de máxima importância pois, é através dele que elas reivindicam oportunidades trabalhistas.

### **3. DESIGUALDADE DE GÊNERO NO MERCADO DE TRABALHO**

Para Thays Cunha da Revista Impacto, a desigualdade de gênero no mercado de trabalho é um problema real e duradouro. As diferenças entre homens e mulheres nos quesitos salário, tempo de serviço e preparo são imensas. As mulheres ainda ganham menos que os homens para fazerem os mesmos serviços e fazem jornada dupla no trabalho e em casa. Apesar de mais instruídas, muitas vezes deixam de lado suas formações e carreiras para cuidar de suas famílias. Através dos dados coletados na segunda edição do estudo Estatísticas de gênero: indicadores sociais das mulheres no Brasil, divulgado no dia 04 de março pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), é possível observar as diferentes condições na vida das mulheres brasileiras no ano de 2019. Segundo o levantamento, em 2019, a taxa de participação das mulheres em idade de trabalhar (acima dos 15 anos) que compunham a força de trabalho no Brasil foi de 54,5%. Já entre os homens essa taxa chegou a 73,7%.

Como é possível compreender, há uma diferença de 19,2 pontos percentuais na quantidade de trabalhadores entre os gêneros. Alguns fatores que contribuem para essa estatística de menos mulheres fazendo parte do mercado de trabalho podem ser analisados para uma melhor compreensão, como, por exemplo, a questão da maternidade. “Entre as mulheres de 25 a 49 anos que viviam em lares com crianças de até 03 anos de idade, pouco mais da metade (54,6%) estava efetivamente ocupada”, ou seja, quanto menores os filhos, menos a mulher consegue se incluir no mercado de trabalho. O problema começa com o fato de que faltam creches em muitas cidades, desse modo muitas mães são obrigadas a deixarem seus empregos para ficarem com os filhos. Além disso, algumas empresas não contratam mulheres que são mães por considerarem que isso as fará terem problemas de rendimento. Em relação àquelas que engravidam já estando empregadas, um estudo feito pela Fundação Getúlio Vargas (FGV) em 2019 aponta que 50% das mulheres são demitidas dentro da margem de dois anos após a licença maternidade. Já em relação aos lares sem crianças nessa faixa etária, o levantamento do IBGE aponta que o nível de ocupação das mulheres aumenta para 67,2%. Entre os homens, o nível de ocupação não se modifica muito e continua sendo superior tanto em casas com crianças com até 03 de idade (89,2%), quanto em lares sem crianças nesse grupo etário (83,4%) – Thays Cunha, Revista Impacto.

#### **3.1 CUIDADOS E AFAZERES DOMÉSTICOS E DIFERENÇA SALARIAL**

Ainda segundo a Revista Impacto, o trabalho doméstico é outro fator que pesa muito na vida das mulheres. Em muitos casos algumas pessoas chegam a dizer a elas que as suas jornadas fatigantes limpando, cozinhando, cuidando e criando não se configuram como trabalho, mas como algo simples e cotidiano. Esse pensamento faz com que muitos homens não se preocupem em realizar nenhum serviço doméstico, mesmo quando ambos trabalham. Assim, as mulheres acumulam uma dupla jornada na qual trabalham fora de casa e dentro dela. Em 2019, as mulheres se dedicaram a cuidar de pessoas ou a afazeres domésticos por 21,4 horas semanais, enquanto os homens gastaram 11 horas nessas funções. “Embora na Região Sudeste as mulheres dedicassem mais horas a estas atividades (22,1 horas), a maior desigualdade se encontrava na Região Nordeste: 21,8 para elas e 10,5 para eles, ou seja, 11,4 pontos percentuais”. Por conta dessa grande carga de trabalho, muitas mulheres acabam aceitando trabalhos com carga horária reduzida, o que as faz ganhar ainda menos do que quem exerce a sua profissão em tempo integral. Segundo a pesquisa, “cerca de um terço das mulheres (29,6%) estavam ocupadas em tempo parcial (até 30 horas semanais de trabalho), quase o dobro do verificado para os homens (15,6%)”.

Em relação aos ganhos, ainda há a ideia que o homem deve ser o único e total provedor de sua família e por isso ganhar mais do que as mulheres, mesmo que elas exerçam a mesma função. Os dados mostram que “as mulheres recebem 77,7% do rendimento dos homens, pois enquanto o rendimento médio mensal dos homens é de R\$2.555, o das mulheres é de R\$1.985. A desigualdade é maior entre as pessoas nos grupos ocupacionais com maiores rendimentos. Nos grupos de Diretores e gerentes e Profissionais das ciências e intelectuais, as mulheres receberam, respectivamente, 61,9% e 63,6% do rendimento dos

homens”. Embora as mulheres sejam mais disciplinadas do que os homens, elas ainda são minoria nos cargos de chefia. Um exemplo disso diz respeito aos cargos na docência do ensino superior. “Entre a população com 25 anos ou mais, 15,1% dos homens e 19,4% das mulheres tinham nível superior completo em 2019. Na população mais jovem, no recorte de 25 a 34 anos, essa diferença chega a 6,8 pontos percentuais: 25,1% das mulheres possuíam nível superior completo, contra 18,3% dos homens. Entretanto, as mulheres representavam 46,8% dos professores de instituições de ensino superior no Brasil”. As mulheres também são minoria em cursos de graduação nas áreas ligadas às ciências exatas e à esfera da produção, pois ainda existe uma preconceção de que as mulheres são mais apropriadas para seguir carreiras nas áreas de humanas ou cuidados. Nos cargos que são vistos como mais poderosos, como os que envolvem política e armamentos, mulheres também ocupam poucas vagas. “Em 2020, as mulheres eram 14,8% dos deputados, 16% dos vereadores e 7,1% dos ministros. No ano anterior elas ocupavam 27,6% do efetivo das polícias civis e 37,4% dos cargos gerenciais.” “A desigualdade se aprofunda nas faixas etárias mais elevadas: entre pessoas de 60 ou mais anos de idade, 78,5% dos cargos gerenciais eram ocupados por homens e 32,6% pelas mulheres”.

Essas desigualdades afetam diretamente na qualidade de vida das mulheres, principalmente no que diz respeito à violência de gênero, pois muitas, sem poder trabalhar ou com ganhos insuficientes acabam vivendo em relacionamentos abusivos por conta da dependência financeira que tem em relação a seus parceiros. Na progressão pela igualdade de gêneros ainda há muitos desafios que precisam ser superados, como a divisão igualitária das tarefas domésticas e criação dos filhos, a igualdade de salários entre ambos os sexos, oportunidade de trabalho para as mulheres com filhos pequenos e maior representatividade delas dentro da esfera política.

#### 4. MULHERES EMPREENDEDORAS

De acordo com uma pesquisa feita pelo g1 (2023), o número de mulheres empreendedoras vem crescendo no Brasil e chegou a uma marca histórica: a última pesquisa do Sebrae, feita com base em dados do IBGE, mostra que, no terceiro trimestre do ano passado, havia 10,3 milhões de mulheres donas de negócios no país, mais de 34% dos empreendedores. No Rio de Janeiro, a proporção é ainda maior - as mulheres são 38% do total – e o G1 conversou com algumas delas, que além de cuidar do próprio negócio, ainda apoiam outras mulheres no mercado de trabalho e na vida financeira. A cardiologista Aline Tito é uma das cinco médicas que atendem em um consultório. Cada uma tem uma especialidade diferente e elas se uniram para trabalhar melhor, com mais estrutura e um propósito em comum.

“Nós somos boas ouvintes. A gente tem uma atenção, um cuidado na hora do atendimento. Não só da queixa clínica, mas do indivíduo como um todo: de sua trajetória, sua história, de como chegou até aqui, a expectativa que ele tem ao ser atendido”, acredita Aline.<sup>2</sup>

A empresária Lorena Firmo Munstein é uma empreendedora que contrata mulheres. Ela tem uma empresa de serviço de bar em festas que atende todo o estado. Quando entrou nesse negócio, a equipe era quase toda masculina e os clientes se espantavam quando viam que era ela a gerente. Daí, aos poucos, ela foi mudando o perfil dos funcionários e, hoje, a maioria é feminina.

“Quando a gente chega, geralmente, falam: os meninos do bar chegaram. Aí eles veem que são mulheres e tomam um susto. Veem que a gente carrega caminhão, descarrega caminhão, carrega peso, gelo, fruta, tudo mais. Já assusta. Depois vem a

---

<sup>2</sup> Entrevista retirada da matéria do G1 (2023):

<https://g1.globo.com/jornal-hoje/noticia/2023/03/08/numero-de-mulheres-empendedoras-no-brasil-cresce-e-chega-a-103-milhoes.gh.html>

parte dos convidados que também tomam um certo susto: ‘Caramba, são só mulheres, que legal’”, conta Lorena.<sup>3</sup>

As mulheres empreendedoras enfrentam desafios diferentes dos homens. Elas têm menos acesso a financiamento e recursos e enfrentam preconceito e discriminação. No entanto, muitas mulheres estão superando esses obstáculos e alcançando o sucesso em seus negócios. As lideranças femininas vêm se evidenciando cada vez mais fortes, e carregam um significado simbólico para todas as pessoas que têm o desejo de começar o próprio negócio. Salientar essas personalidades fortes também é uma maneira de levar esperança e inspiração para mulheres que precisam de coragem para enfrentar os desafios que o mercado apresenta. Quanto mais o empreendedorismo feminino cresce, maior é a geração de empregos, e mais portas se abrem para outras mulheres. De acordo com uma matéria publicada na Forbes, diminuir a diferença de gênero no mercado empresarial pode aumentar o PIB global entre US\$2,5 trilhões e US\$5 trilhões, segundo um estudo do Boston Consulting Group.

Um estudo do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) aponta que o empreendedorismo feminino no Brasil apresentou sinais de recuperação no último trimestre de 2021, depois de sofrer retração a partir dos primeiros meses da pandemia do novo coronavírus (covid-19). O estudo, realizado com base nos dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PnadC), mostrou que após recuar para um total de 8,6 milhões, no segundo trimestre de 2020, o número de mulheres à frente de um negócio no país fechou o quarto trimestre de 2021 em 10,1 milhões, mesmo resultado registrado no último trimestre de 2019, antes da pandemia (Agência Brasil, 2022).

Os números são positivos, mas as mulheres empresárias têm desafios a enfrentar no mercado. Apesar do aumento nas contratações, a pesquisa mostra que, no cenário total de negócios comandados por mulheres, nove a cada dez empreendedoras continuam comandando suas empresas sozinhas. No entanto, a gestora estadual de Empreendedorismo Feminino do Sebrae-SP, Verônica Lima, ressalta que ainda existe uma grande desigualdade de gênero no mundo dos negócios, com menos mulheres em cargos de liderança e menos acesso a financiamento (CNN Brasil, 2023).

Grande parte das mulheres criam seu próprio negócio por necessidade. O último índice de empreendedorismo feminino na pandemia mostra um aumento de 41% de empreendedoras, segundo o LinkedIn. O aumento foi interpretado como uma resposta aos desafios profissionais do período, a necessidade de maior flexibilidade para conciliar trabalho e cuidados de casa ou da família.

Segundo o estudo We Cities, a mulher empreendedora brasileira tem dificuldades para desenvolver seus negócios. Entre os maiores desafios apontados pelo levantamento aparecem questões como:

- Carga burocrática;
- Impostos corporativos elevados;
- Complexidade do sistema tributário.

Na lista de 55 cidades mais favoráveis ao empreendedorismo feminino, indicadas pelo We Cities, apenas São Paulo aparece entre as cidades brasileiras, na 51ª posição. Além destes fatores, o We Cities indica a restrição de acesso a capital, custos elevados para empréstimos e o número limitado de investidores como obstáculos. Para Lima, do Sebrae-SP, um dos principais obstáculos é a falta de financiamento e investimento.

“Muitas vezes, as instituições financeiras tendem a favorecer os homens empreendedores”.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Entrevista retirada da matéria do G1 (2023):

<https://g1.globo.com/jornal-hoje/noticia/2023/03/08/numero-de-mulheres-empendedoras-no-brasil-cresce-e-chega-a-103-milhoes.gh.html>

<sup>4</sup> Entrevista retirada da matéria do G1 (2023):

<https://g1.globo.com/jornal-hoje/noticia/2023/03/08/numero-de-mulheres-empendedoras-no-brasil-cresce-e-chega-a-103-milhoes.gh.html>



Segundo a CNN Brasil, abrir espaço para a mulher empreendedora é também uma forma de incentivar a economia do país, mas, para isso, é importante desenvolver uma sociedade mais inclusiva. Uma forma para isso, seria ensinando equidade de gênero desde criança.

A inclusão de mulheres nas empresas, por exemplo, tanto nos cargos de liderança como na igualdade salarial, são impulsos que podem fazer a diferença no cenário atual do Brasil e do mundo. Também é importante que haja a valorização da diversidade e inclusão feminina, principalmente após a maternidade, quando muitas acabam perdendo seus postos no mercado de trabalho, acrescenta a especialista do Sebrae-SP. Neste contexto, conscientização, ações inclusivas e leis voltadas para a promoção da igualdade de gênero, bem como da inclusão social, tornam-se ferramentas importantes. Medidas que podem ser implantadas:

- Programas de capacitação e conscientização sobre a igualdade de gênero;
- Salários equiparados para profissionais com as mesmas competências;
- Gestão de desempenho;
- Apoio após desligamento (off boarding) com indicações para envio de currículo e carta de recomendação;
- Auxílio às mulheres após o retorno da licença maternidade.

Incentivar o empreendedorismo feminino é fundamental para promover a igualdade de gênero e o desenvolvimento econômico.

## **5. MULHERES NO MERCADO CERVEJEIRO**

De acordo com a Revista Exame, as mulheres estão desempenhando um papel cada vez mais importante e influente no mercado cervejeiro nas últimas décadas. Embora historicamente tenha sido um setor dominado por homens, as mulheres estão ganhando destaque como cervejeiras, sommeliers de cerveja, proprietárias de cervejarias e líderes nesse campo. Uma das principais áreas em que as mulheres estão se destacando no mercado cervejeiro é como cervejeiras. Elas estão assumindo o controle da produção de cerveja, desde a criação de receitas até o processo de fabricação. Muitas mulheres cervejeiras receberam prêmios e reconhecimento pela qualidade excepcional de suas cervejas. Seus conhecimentos técnicos, habilidades de observação e criatividade contribuíram para a diversidade de estilos e sabores disponíveis no mercado. Além disso, as mulheres estão se tornando sommeliers de cerveja, especialistas em harmonização de alimentos e cervejas. Elas ajudam a educar o público sobre as diferentes características da cerveja e como apreciar a herança. Essa expertise tem se mostrado valiosa para a indústria, à medida que mais pessoas buscam experiências cervejeiras enriquecedoras.

Outra área em que as mulheres estão deixando sua marca é como proprietárias de cervejarias. Elas estão abrindo seus próprios negócios cervejeiros, desafiando as normas da indústria e construindo marcas de sucesso. Essas empreendedoras estão trazendo perspectivas únicas, criatividade e inovação para o setor, além de proporcionar um ambiente mais inclusivo e diversificado para os consumidores de cerveja. No aspecto da liderança, as mulheres estão ocupando cargos de destaque em associações cervejeiras, conselhos de direção e posições executivas em empresas do setor. Elas estão confiantes para a formulação de políticas, a definição de diretrizes e a promoção da igualdade de oportunidades no mercado cervejeiro. Apesar desses avanços, é importante reconhecer que ainda há desafios a serem superados. O sexismo e a desigualdade de gênero persistem em algumas áreas da indústria cervejeira, mas muitas organizações e indivíduos estão trabalhando para mudar essa realidade. Iniciativas estão sendo tomadas para promover a igualdade de oportunidades, criar ambientes seguros e incentivar a participação feminina no mercado cervejeiro. As mulheres no mercado cervejeiro enfrentam desafios como o preconceito e a discriminação. Elas são subestimadas e muitas vezes não são levadas a sério. No entanto, muitas mulheres estão superando esses obstáculos e alcançando o sucesso em seus negócios. Em entrevista à Bússola, co fundadora da Cervejaria Atrium, Paula Yunes relata situações enfrentadas por mulheres que atuam no setor:

“Ter o respeito dos colegas e dos clientes. Tenho três mulheres no meu time e, sinto isso tanto comigo, quanto com elas. Outro dia postei um vídeo de duas delas colocando levedura em um tanque. Recebi dois comentários tirando sarro como se a quantidade estivesse errada. Outras pessoas, ajudando a impulsionar a economia local e a comunidade em geral. Eles não sabem quanta cerveja tinha naquele tanque nem qual o objetivo daquela adição, mas partem do pressuposto que estava errado e se sentem na liberdade de comentar. Já postei vídeos semelhantes com algum dos funcionários fazendo o mesmo e não tive nenhum comentário negativo. Muitos clientes ainda acham que cerveja não é coisa de mulher, então não querem ouvir explicações de uma mulher, mas quando um homem explica eles ouvem com atenção.”<sup>5</sup>

Em entrevista feita para a revista Beer Art (2019), Amanda Reitenbach que é CEO do Science of Beer, instituição que oferece cursos de cerveja no Brasil e em países da América Latina contou um pouco de como iniciou os estudos de cerveja já na graduação em Engenharia de Alimentos e tornou-se referência em análise e gestão sensorial. Doutora e pesquisadora, lidera no Science of Beer uma equipe de gestão e operação composta por mulheres.

“Acredito que nós somos uma das poucas – senão a única – empresa brasileira do setor totalmente feminina. Isso é, de certa forma, meu manifesto para dar mais oportunidade e voz às mulheres no mercado de cervejas”, destaca Amanda.<sup>6</sup>

Para ela, empreender e ocupar espaços de liderança no setor ainda é um desafio para as mulheres.

“Ser empreendedora e ter uma empresa feminina no setor cervejeiro sempre foi um desafio, e ainda é, principalmente quando as conexões e o trato diário são com homens. Porque ainda existe muito machismo e percebo isso em alguns projetos que executo”, pontua a CEO do Science of Beer.<sup>7</sup>

Ainda pontuando sobre as dificuldades que enfrenta no meio cervejeiro, Amanda destaca situações em que foi silenciada:

“As mulheres são constantemente silenciadas de uma forma muito velada, não é uma coisa super escrachada e que todo mundo observa e vê. Mas já participei, por exemplo, de reuniões em que eu não podia falar, não podia expressar a minha opinião porque todos ali eram homens e estavam se posicionando de uma forma muito forte e não deixando que eu falasse. Esse silenciamento não está apenas em uma fala direta, mas pode vir em atitudes e outras formas de manifestações. Nem sempre a pessoa precisa dizer que você não pode estar ali como mulher, que a sua opinião não é considerada. Abafar a sua opinião, não deixar você falar, não aceitar a sua ideia são formas muito claras de machismo. Por isso, ter cada vez mais mulheres no mercado e contar com movimentos feministas em geral também a favor

---

<sup>5</sup> Entrevista retirada da Revista Exame (2019): <https://exame.com/bussola/cresce-a-representatividade-feminina-no-mercado-cervejeiro/>

<sup>6</sup> Entrevista retirada da Revista Beer Art (2019): <https://revistabeerart.com/news/amanda-reitenbach-diversidade>

<sup>7</sup> Entrevista retirada da Revista Beer Art (2019): <https://revistabeerart.com/news/amanda-reitenbach-diversidade>

da cerveja é de extrema importância para que a gente lute contra esse preconceito que é velado e que todas as mulheres que trabalham no setor passam ou já passaram. Precisamos falar sobre isso, precisamos trazer luz ao assunto para entender que não é mimimi, não é uma reclamação isolada. É uma situação que nós mulheres passamos e identificamos, e que a gente não quer que faça mais parte do trabalho de nenhuma mulher” explica Amanda para a revista Beer Art.<sup>8</sup>

É perceptível a barreira encontrada pelas mulheres e a falta de acesso a oportunidades de capacitação e formação específicas no setor cervejeiro. A falta de programas educacionais e de treinamentos voltados para mulheres interessadas em fabricação de cerveja, gestão cervejeira ou empreendedorismo cervejeiro pode limitar suas chances de adquirir conhecimentos e habilidades necessárias para competir nesse mercado.

## 5.1 MULHERES NO MERCADO CERVEJEIRO EM PETRÓPOLIS

A Confraria Coisa de Mulher foi criada em 2022 em Petrópolis com o objetivo de levar a luta pela igualdade, direitos e oportunidades das mulheres no setor cervejeiro para além das publicações nas redes sociais. Foi com esse intuito que a CEO da agência de marketing Maip, Fernanda Marinho, criou o projeto Coisa de Mulher (Guia da Cerveja, 2022).

“Trabalho com cerveja desde os meus 19 anos e enfrentei dificuldades, vi outras mulheres também enfrentando. Isso me incomodava. E o que via de movimento contra isso era só nos stories, não saía desse ambiente virtual. Não tem praticamente nenhum movimento no estado do Rio de Janeiro. Em Petrópolis, também não, só tivemos uma confraria. Então conversei com a Sampler para fazer um curso, mostrando que alguma coisa está sendo feita além do discurso”, relata Fernanda<sup>9</sup>.

Da ideia, então, a CEO da Maip buscou viabilizar o Coisa de Mulher. Sem encontrar sequer uma cervejaria em Petrópolis que conte com uma mulher como proprietária, recebeu a acolhida da Sampler Brew House, que aceitou ceder o seu espaço para a realização do curso. E montou um time de palestrantes com profissionais que trabalham no setor cervejeiro no Estado do Rio de Janeiro, por questões logísticas. Voltado ao público feminino, o Coisa de Mulher teve a participação de sete palestrantes. Tendo como palco a Sampler, abordando temas importantes sobre a cultura cervejeira, como histórias e escolas, atendimento e estilos, marketing, empreendedorismo e turismo (Guia da Cerveja, 2022).

## 6. METODOLOGIA

Trata-se de uma pesquisa bibliográfica qualitativa que é uma abordagem de pesquisa que se concentra na compreensão aprofundada e na interpretação dos significados, experiências e perspectivas dos participantes. Ela é frequentemente utilizada para explorar questões complexas e subjetivas, examinar fenômenos sociais, compreender processos sociais e capturar a riqueza e a diversidade das experiências humanas. Na pesquisa qualitativa, os dados são coletados por meio de métodos como entrevistas, observações, grupos focais, análise de documentos e análise de mídia. Essas técnicas permitem que os pesquisadores obtenham informações diferenciadas e contextuais, em vez de se concentrarem apenas em medidas quantitativas. De acordo com o Autor Antonio Carlos Gil ela se define em “pesquisas experimentais e levantamentos em que os procedimentos analíticos podem ser definidos previamente, não há fórmulas ou receitas predefinidas para orientar os pesquisadores. Assim, a análise dos dados na pesquisa qualitativa passa a depender muito da capacidade

---

<sup>8</sup> Entrevista retirada da Revista Beer Art (2019): <https://revistabeerart.com/news/amanda-reitenbach-diversidade>

<sup>9</sup> Entrevista retirada do blog Guia da Cerveja (2022): <https://guiadacervejabr.com/curso-coisa-de-mulher-cultura-cervejeira-ambiente-feminino/>

e do estilo do pesquisador” (ANTONIO CARLOS GIL, 2008, p. 26). E exploratória, de acordo com o autor Antonio Carlos Gil a pesquisa exploratória têm como “principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e idéias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores. De todos os tipos de pesquisa, estas são as que apresentam menor rigidez no planejamento. Habitualmente envolvem levantamento bibliográfico e documental, entrevistas não padronizadas e estudos de caso. Procedimentos de amostragem e técnicas quantitativas de coleta de dados não são costumeiramente aplicados nestas pesquisa” (ANTONIO CARLOS GIL, 2008. p. 27).

Sua intenção é avaliar se existe ou não discriminação contra as mulheres cervejeiras na cidade de Petrópolis. Como meios de instrumentos de coleta de dados, usou-se entrevista com análise de discurso, que consiste em uma abordagem de pesquisa qualitativa que combina a coleta de dados por meio de entrevistas com a análise das respostas dos participantes com base em técnicas de análise de discurso. Essa metodologia permite compreender como os participantes constroem significados, representam suas experiências e utilizam a linguagem para comunicar suas perspectivas. Através dela, é possível captar com mais precisão o que o entrevistado expõe, geralmente semiestruturadas, nas quais os participantes são convidados a expressar suas opiniões, experiências e visões sobre um determinado tópico de pesquisa.

A amostra da pesquisa foi por conveniência, que segundo Antonio Carlos Gil significa: “Constitui o menos rigoroso de todos os tipos de amostragem. Por isso mesmo é destituída de qualquer rigor estatístico. O pesquisador seleciona os elementos a quem tem acesso, admitindo que estes possam, de alguma forma, representar o universo. Aplica-se este tipo de amostragem em estudos exploratórios ou qualitativos, onde não é requerido elevado nível de precisão” (ANTONIO CARLOS GIL, 2008).

Através de entrevistas feitas com duas cervejeiras de Petrópolis, foi possível entender mais profundamente esse mercado e como funciona. A entrevistada 1, é moradora de Petrópolis, trabalha como beer sommelière numa cervejaria local, contadora e social media, através de sua conta no Instagram divulga eventos cervejeiros, ensina sobre degustação e harmonizações e também faz parte do Confraria Coisa de Mulher (uma das fundadoras) ela tem 34 anos de idade. A entrevistada 2, é moradora de Petrópolis, trabalha como CEO da única agência da Capital Estadual da Cerveja especializada em cervejarias, fábricas, cursos e maltarias. Fundadora do blog sobre a Bauernfest (festa alemã de Petrópolis), sócia do Marias Empreendedoras, e teve a iniciativa da Confraria Coisa de Mulher em Petrópolis, sua idade é de 25 anos.

As entrevistas foram feitas de forma remota através do Google Meet e gravadas no dia 03 de julho de 2023. A entrevista com a Entrevistada 1 durou cerca de trinta minutos e dezesseis segundos e a entrevista com a Entrevistada 2, durou cerca vinte e cinco minutos e quarenta e seis segundos.

## **7. RESULTADOS E DISCUSSÕES**

No início da entrevista foi perguntado sobre os maiores desafios enfrentados no mercado cervejeiro, tanto a entrevistada 1 quanto a 2 responderam que o maior desafio é enfrentar o machismo. Pois Petrópolis ainda é uma cidade muito atrasada em relação a isso (e a outras coisas também), o que pude perceber com essas duas respostas é que o machismo enfrentado pelas mulheres no ramo cervejeiro é um problema real e presente na indústria cervejeira, que tradicionalmente tem sido dominada pelos homens. Embora haja um aumento significativo da participação feminina nesse setor nos últimos anos, as mulheres continuam enfrentando desafios e desigualdade de gênero em várias áreas. Uma das formas de machismo que as mulheres enfrentam no ramo cervejeiro é a falta de reconhecimento e respeito por seu conhecimento e habilidades. Muitas vezes, as mulheres são subestimadas em termos de sua capacidade de produzir cerveja ou de ter conhecimento sobre a indústria. Elas podem ser excluídas de oportunidades de treinamento, bem como serem ignoradas ou menosprezadas em eventos e competições cervejeiras. Além disso, as mulheres relatam que já ouviram comentários e piadas sexistas e assédio verbal. Esses comportamentos criam um ambiente hostil e desencorajador para as mulheres, dificultando sua progressão na carreira cervejeira e limitando suas oportunidades de crescimento profissional.

Outro aspecto do machismo enfrentado pelas mulheres no ramo cervejeiro é a representação e a visibilidade. A publicidade e a imagem associada à cerveja frequentemente reforçam estereótipos de gênero, retratando as mulheres como objetos sexuais ou como consumidoras passivas, em vez de profissionais ou

criadoras de cerveja. Isso contribui para a percepção de que as mulheres não pertencem ao mundo cervejeiro ou que sua participação é limitada.

Aprofundando mais as perguntas, chegou na questão do empoderamento feminino e como ele pode ajudar as mulheres a ingressar no mercado cervejeiro. A entrevistada 1, explica que o empoderamento é muito importante mas ainda é fraco, precisa de um engajamento maior. Mas claro, compreende que o empoderamento já levou as mulheres a lugares onde dizia-se que não eram para elas. Desde a porta de um bar até um chão de fábrica fazendo cerveja. Já a entrevistada 2, diz que o empoderamento feminino impõe respeito e que faz com que os homens entendam - mesmo que com certa dificuldade - que a mulher pode estar e fazer o que ela quiser.

Com isso, entendo que o empoderamento feminino desempenha um papel fundamental em ajudar as mulheres a ingressarem e se destacarem no mercado cervejeiro. O empoderamento envolve fortalecer a confiança, habilidades e autonomia das mulheres, capacitando-as a superar barreiras e desafios. Ajudando principalmente na confiança e autoestima, isso é crucial para superar a auto dúvida e o sentimento de que não pertence ao ramo cervejeiro. Com confiança, as mulheres podem se posicionar, expressar suas ideias e contribuir de forma significativa. Networking e apoio mútuo, o empoderamento feminino incentiva a formação de redes de apoio entre mulheres. Conectar-se com outros profissionais do ramo cervejeiro pode fornecer orientação, compartilhamento de experiências e oportunidades de colaboração. Essas redes podem ser plataformas valiosas para trocar informações, laços fortes e promover a representação feminina no setor. Acesso a recursos e oportunidades, o empoderamento envolve capacitar as mulheres com os recursos necessários para ingressar e progredir na indústria cervejeira. Isso pode incluir acesso a treinamentos, cursos, bolsas de estudo e mentorias. Ao fornecer recursos e oportunidades, as mulheres têm mais chances de adquirir conhecimentos especializados, aprimorar suas habilidades e abrir portas para o crescimento profissional. Rompimento de estereótipos de gênero, o empoderamento feminino desafia os estereótipos de gênero que limitam as mulheres no mercado cervejeiro. Isso envolve promover a ideia de que as mulheres são igualmente capazes de produzir cerveja, liderar equipes, tomar decisões e ocupar cargos de destaque. Romper com esses estereótipos é essencial para criar um ambiente mais inclusivo e igualitário no setor.

Perguntadas qual era a sua visão das mulheres no mundo cervejeiro e se acreditam que ainda há muito preconceito, as respostas foram unânimes. Com certeza ainda há muito preconceito nesse ramo. Muitas mulheres querem estar presentes nessa categoria cervejeira, mas se encontram apagadas por homens e descredibilizadas. Entrevistada 1, afirma que Petrópolis ainda é uma cidade muito “quadrada” e de costumes muito antigos que hoje em dia não eram nem para existirem. Ela acredita que a caminhada é muito longa, mas sabe que com a ajuda de outras mulheres e do empoderamento conseguem avançar para um caminho melhor. A entrevistada 2, acredita que ainda há muito o que ser conquistado, e que os homens precisam parar de colocá-las como “atendente bonita” e dar mais credibilidade à elas. Muitos homens usam as mulheres bonitas para vender mais cerveja, porque segundo eles “mulher bonita vende mais”, “chama mais atenção”. A mulher não pode ser tratada dessa forma, como um “objeto de atração”. Ela tem muito mais a oferecer do que apenas ser a atendente bonita. Segundo a entrevistada 1, essa é uma das situações que desanima muito.

Conseguimos entender que, infelizmente, ainda existe muito preconceito contra as mulheres no ramo cervejeiro. Embora tenha experimentado progressos alcançados na inclusão das mulheres nesse setor, muitos desafios ainda persistem. Desafios esses que são: Subestimação de habilidades, ambiente masculinizado, acesso limitado a oportunidades, estereótipos de marketing (alguns anúncios e campanhas de marketing relacionados à cerveja ainda reforçam estereótipos de gênero, retratando mulheres de maneira sexualizada ou estereotipada. Isso contribui para uma percepção equivocada de que as mulheres não são o público-alvo da indústria cervejeira e desvalorizam a presença e a contribuição feminina nesse mercado) e menos visibilidade e reconhecimento.

Também foi perguntado como foi fazer parte e criar a Confraria Coisa de Mulher em Petrópolis, e se presenciaram algum obstáculo nessa trajetória. A Entrevistada 1, contou que a ideia surgiu através de um curso de cerveja. Elas tiveram a ideia de criar um local, onde as mulheres pudessem estudar, falar sobre cerveja, aprender a degustar e fazer harmonizações. Ela ainda ressaltava que não tiveram nenhum desafio no quesito montar o projeto e colocá-lo para funcionar, que deu muito certo e ficou abismada com a quantidade de mulheres querendo fazer parte da Confraria Coisa de Mulher. Porém, a dificuldade que encontraram foram os olhares de julgamento de muitos homens que davam a entender que elas não sabiam conversar sobre cerveja e muito menos fazer - o que não é verdade. Já tiveram situações em que estavam comemorando

uma vitória da Confraria Coisa de Mulher e homens chegarem e falarem que “mulher não entende de cerveja” e que chegava a ser engraçado as mulheres se reunindo para discutir sobre cerveja.

Já a Entrevistada 2, contou que quando percebeu que Petrópolis não tinha nenhum local onde mulheres pudessem se reunir para aprender a fazer cerveja, estudar sobre, fazer harmonizações e degustar, ela teve esse estalo de que Petrópolis não tinha esse movimento de mulheres cervejeiras. Com isso, juntou-se a Cervejaria Sampler para começar a dar cursos de sommelier de cerveja e com isso foi criado o curso Coisa de Mulher. E desse curso, nasceu a Confraria Coisa de Mulher. Ela conta que no começo foi incrível mas depois percebeu que precisava de um engajamento maior para que as mulheres encarassem aquilo não só como um momento uma vez por semana para tomar cerveja e conversar, mas sim encarar a parte dos estudos cervejeiros, saber fazer uma harmonização e saber tudo que engloba esse meio cervejeiro. Esse e os olhares preconceituosos dos homens, foram as maiores dificuldades da entrevistada 2.

Com isso, podemos concluir que os olhares e comentários preconceituosos de homens na cidade de Petrópolis ainda é um grande desafio a ser vencido, mas entendemos que é um processo lento. Muitas mulheres já desistiram desse ramo por conta de piadas e o medo de começar por saber que ainda é um ambiente muito voltado para o sexo masculino. A luta da Confraria Coisa de Mulher é justamente mostrar para essas mulheres que elas são capazes de fazer uma boa cerveja, conversar sobre cerveja, serem sommelier, entre outras coisas.

Perguntadas se Petrópolis está preparada para ter mulheres cervejeiras ou se ainda é um grande desafio, tanto a Entrevistada 1 quanto a 2 disseram que Petrópolis não está preparada e que ainda é um desafio enorme as mulheres serem levadas com seriedade. Há relatos de que muitas cervejarias - tanto pequenas quanto grandes - não dão oportunidades para mulheres se desenvolverem nesse setor. Elas são contratadas apenas como garçonetes e nada além disso. A Entrevistada 1 ainda afirmou que se perde muita mão de obra de qualidade por não contratarem as mulheres por ainda terem essa visão machista de que mulher não serve para estar à frente de um time coordenando, nem para carregar peso muito menos trabalhar no chão de fábrica (fabricação de cerveja). Falta essa credibilidade por parte das cervejarias, existe muita cervejaria em Petrópolis que poderia estar com mão de obra feminina mas não dão essa oportunidade.

Ainda contando sobre suas experiências, a Entrevistada 1 lembrou de um casal de amigos que estudaram juntos e se formaram na mesma escola cervejeira, e o homem já está empregado trabalhando dentro da fábrica de cerveja e a mulher continua sem emprego nessa área. Em sua opinião, a cultura cervejeira das microcervejarias de Petrópolis já poderiam ter adotado essa causa, de colocar mais mulheres no chão de fábrica, montar um time apenas de mulheres encarregadas de fazer cerveja. Mas não, isso não existe em Petrópolis e até alguma cervejaria cogitar em colocar uma mulher para fazer um trabalho mais braçal vai demorar muito, porque a cidade ainda tem um pensamento muito arcaico em relação a isso. E com isso, ela conclui que a Capital Estadual da Cerveja deveria ter uma visão mais inclusiva em relação às mulheres e abrir mais oportunidades a elas, e não duvidarem de seu potencial. E para fechar, a Entrevistada 2 diz que não existe nenhuma mulher dona de cervejaria em Petrópolis, a única coisa que vê são sommelier beer - mas poucas -, marketing de cerveja e atendente. Nenhuma ali no meio da produção ou em cargos mais altos.

## **6. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O presente artigo teve como objetivo fazer uma análise sobre a discriminação das mulheres no meio cervejeiro em Petrópolis. Através de pesquisas, artigos e entrevistas é possível concluir que ainda há uma forte presença do machismo nesse meio cervejeiro em Petrópolis. O que dificulta bastante o ingresso da mulher nesse meio, fazendo com que muitas desistam. As mulheres que ingressam no mundo cervejeiro

encontram barreiras, como: discriminação, sexismo, machismo, piadas de mau gosto, hiper sexualização do corpo da mulher, descredibilidade no trabalho e assédio moral.

Neste sentido podemos compreender que a identificação das mulheres no meio cervejeiro é uma realidade preocupante que ainda persiste. Apesar dos avanços e da crescente participação feminina nesse setor, as mulheres continuam enfrentando obstáculos e preconceitos que dificultam seu pleno engajamento e sucesso.

É fundamental reconhecer a importância da igualdade de gênero no mercado cervejeiro, assim como em qualquer outra indústria. A inclusão das mulheres traz benefícios impressionantes, incluindo uma maior diversidade de perspectivas, criatividade e inovação. Além disso, um ambiente mais equitativo e inclusivo promove a igualdade de oportunidades e o crescimento econômico sustentável.

Para superar e demonstrar e promover a igualdade, é necessário um esforço coletivo. Isso implica na criação de políticas e práticas inclusivas nas cervejarias, na promoção da diversidade nas equipes de liderança, na valorização e reconhecimento das conquistas das mulheres no setor, além de fornecer redes de apoio e mentoria específicas para as mulheres cervejeiras.

De certo modo, é empolgante ver o encorajamento e a resiliência das mulheres que desafiam os estereótipos e enfrentam esse meio cervejeiro tão machista. Através de suas contribuições, elas estão moldando e interagindo com a indústria cervejeira, abrindo caminho para um futuro mais inclusivo e igualitário.

## REFERÊNCIAS

SIQUEIRA, Dirceu. (2017). **OS DIREITOS DA MULHER NO MERCADO DE TRABALHO: DA DISCRIMINAÇÃO DE GÊNERO À LUTA PELA IGUALDADE.** Disponível em: <https://revistas.unijui.edu.br/index.php/revistadireitoemdebate/article/view/7233>

RODRIGUES, Leonardo. (2021). **ESTUDO REVELA TAMANHO DA DESIGUALDADE DE GÊNERO NO MERCADO DE TRABALHO.** Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2021-03/estudo-revela-tamanho-da-desigualdade-de-genero-no-mercado-de-trabalho>

O GLOBO, agência. (2022). **7 DISCRIMINAÇÕES SOFRIDAS POR MULHERES NO TRABALHO.** Disponível em: <https://revistapegn.globo.com/Dia-a-dia/noticia/2022/04/7-discriminacoes-sofridas-por-mulheres-no-trabalho.html>

MIRELLE, Beatriz. (2021). **4 MULHERES QUE SUPERARAM OS DESAFIOS E HOJE TRABALHAM NO RAMO CERVEJEIRO.** Revista Forbes, disponível em: <https://forbes.com.br/carreira/2021/02/4-mulheres-que-superaram-os-desafios-e-hoje-trabalham-no-ramo-cervejeiro/>

EMPRESAS E NEGÓCIOS, jornal. (2021). **MULHERES NO RAMO DAS BEBIDAS.** Disponível em: <https://www.berggrenbier.com.br/comunidade/mulheresnoramodasbebidas>

ART, beer. (2021). **PARTICIPAÇÃO DAS MULHERES NO RAMO DAS BEBIDAS AUMENTA.** Disponível em: <https://revistabeerart.com/news/mulheres-bebidas>

PETRÓPOLIS, diário. (2023). **PETRÓPOLIS E SUAS CERVEJAS, UMA HISTÓRIA DE 165 ANOS.** Disponível em: <https://www.diariodepetropolis.com.br/integra/petropolis-e-suas-cervejas-uma-historia-de-165-anos-152114>

HOJE, jornal. (2023). **NÚMERO DE MULHERES EMPREENDEDORAS NO BRASIL CRESCE E CHEGA A 10,3 MILHÕES.** Disponível

em: <https://g1.globo.com/jornal-hoje/noticia/2023/03/08/numero-de-mulheres-empendedoras-no-brasil-cresce-e-e-chega-a-103-milhoes.ghtml>

EXAME, revista (2022). **CRESCE A REPRESENTATIVIDADE FEMININA NO MERCADO CERVEJEIRO.** Disponível em: <https://exame.com/bussola/cresce-a-representatividade-feminina-no-mercado-ervejeiro/>

SCIENCEOFBEER, institute. **CONHEÇA HISTÓRIAS DE MULHERES À FRENTE DE NEGÓCIOS CERVEJEIROS NO BRASIL.** Disponível em: <https://www.scienceofbeer.com.br/br/post/conheca-historias-de-mulheres-a-frente-de-negocios-ervejeiros-no-brasil>

ART, beer. (2019). **MERCADO CERVEJEIRO TENDE A EVOLUIR EM DIVERSIDADE.** Disponível em: <https://revistabeerart.com/news/amanda-reitenbach-diversidade>

GUIA DA CERVEJA, revista. (2022). **“COISA DE MULHER” É REALIZADO PARA FORTALECER CONEXÕES E LUTAS FEMININAS NO SETOR.** Disponível em: <https://guiadacervejabr.com/curso-coisa-de-mulher-cultura-ervejeira-ambiente-feminino/>

PETRÓPOLIS, sou. (2022). **GRUPO CRIA “CONFRARIA COISA DE MULHER” PARA MARCAR PRESENÇA FEMININA NO SETOR CERVEJEIRO EM PETRÓPOLIS.** Disponível em: <https://souponpetropolis.com/2022/05/26/grupo-cria-confraria-coisas-de-mulher-para-marcas-presenca-feminina-no-setor-ervejeiro-em-petropolis/>

GIL, ANTONIO CARLOS. **MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA SOCIAL.** 6ª edição. São Paulo: Editora Atlas S.A, 2008.