

Cervejarias são para todes? uma investigação sobre o mercado de trabalho cervejeiro paraibano à luz de gênero

Are breweries for everyone? an investigation into the brewing labor market in paraíba in the light of gender

¿Son las cervecerías para todos? una investigación sobre el mercado laboral cervecero en paraiba a la luz del género

DOI: <https://doi.org/10.70051/mangt.v3i2.61245>

Antonio Agaildes Sampaio Ferreira | agaildes_junior@hotmail.com

<https://orcid.org/0009-0003-3423-7778>

Universidade Federal da Paraíba (UFPB), João Pessoa, PB, Brasil

Ademilson Bezerra Teixeira | ademilsonbez@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-8720-297X>

Universidade Federal da Paraíba (UFPB), João Pessoa, PB, Brasil

Valéria Louise de A. M. Saturnino Silva | valeria.saturnino@academico.ufpb.br

<https://orcid.org/0000-0001-7546-078X>

Universidade Federal da Paraíba (UFPB), João Pessoa, PB, Brasil

Recebimento do artigo: 30-setembro-2023

Aceite: 15-janeiro-2024

FERREIRA, A. A. S.; TEIXEIRA, A. B.; SILVA, V. L. A. M. S. Cervejarias são para todes? uma investigação sobre o mercado de trabalho cervejeiro paraibano à luz de gênero. **Revista Mangút: Conexões Gastronômicas**. ISSN 2763-9029. Rio de Janeiro, v. 3, n.2, p. 120-138, dez. 2023.



RESUMO

O ramo da alimentação é marcado por gênero! Este estigma é evidente, inclusive, no mercado cervejeiro frente às divergências sociais, como o histórico afastamento forçado de mulheres da produção, uma destinação da fabricação de cerveja à responsabilidade masculina e à sua dominação neste campo, as poucas mulheres fabris, etc. Objetiva-se constatar as questões de Gênero nas Cervejarias Paraibanas registradas no MAPA, tanto na posição de empregador/a quanto de colaborador/a, identificar a presença e ocupação de minorias sociais, quantificando-as e traçar um atual perfil panorâmico. Esta pesquisa é quantitativa, de natureza básica, objetivo exploratório, procedimento bibliográfico e de campo, com instrumento de coleta via questionário eletrônico. Na pesquisa in loco, toma-se como amostragem a snowball iniciada com as cervejarias registradas no Estado. Os dados foram sistematizados e analisados levando em consideração os marcadores culturais expostos. Assim, a força social é composta por: 80% de homens cis brancos heterossexuais, e 20% de mulheres cis, parda e indígena, heterossexuais. Quanto ao gênero da força laboral: 78% são homens cis, 16% são mulheres cis e 6% sem identificação.

Palavras-chaves: Gastronomia; Gênero; Mercado cervejeiro; Mercado de trabalho; Paraíba.

ABSTRACT

The food industry is marked by gender! This stigma is evident even in the brewing market, given the social differences, such as the historical forced removal of women from production, the assignment of brewing to male responsibility and their domination in this field, the few female brewers. The aim is to verify gender issues in Paraíba breweries registered with MAPA, both as employers and employees, to identify the presence and occupation of social minorities, quantifying them and drawing up a current panoramic profile. This research is quantitative, basic in nature, exploratory in purpose, bibliographical and field-based, with a collection instrument using an electronic questionnaire. In the on-site survey, snowball sampling began with the breweries registered in the state. The data was systematized and analysed taking into account the cultural markers exposed. Thus, the social force is made up of: 80% heterosexual white cis men, and 20% heterosexual cis, brown and indigenous women. As for the gender of the workforce: 78% are cis men, 16% are cis women and 6% are unidentified.

Keywords: Gastronomy; Gender; Brewery market; Labor market; Paraíba.

RESUMEN

¡La industria alimentaria é marcada por el género! Estigma también es evidente en el mercado cervecero frente a divergencias sociales, como la histórica retirada forzada de las mujeres de la producción, la asignación de la elaboración de la cerveza a la responsabilidad y dominación masculina en este campo, las pocas mujeres cerveceras. El objetivo es analizar las cuestiones de género en las cervecerías paraibanas registradas en el MAPA, como empleadoras y empleadas, identificar la presencia y ocupación de minorías sociales, cuantificar y elaborar un perfil panorámico actual. Esta es una investigación cuantitativa, de carácter básico, con finalidad exploratoria, bibliográfica y de campo, cuyo instrumento de recolección fue un

cuestionario electrónico. La encuesta in situ utilizó un muestreo de bola de nieve de las cervecerías registradas en el Estado. Los datos fueron sistematizados y analizados teniendo en cuenta los marcadores culturales expuestos. Así, la fuerza social está compuesta por: 80% hombres cis blancos heterosexuales y 20% mujeres cis, morenas e indígenas heterosexuales. En cuanto al género de la fuerza de trabajo: 78% hombres cis, 16% mujeres cis y 6% no identificados.

Palabras claves: Gastronomía; Género; Mercado cervecero; Mercado de trabajo; Paraíba.

INTRODUÇÃO

Os modos de trabalho que envolvem a alimentação são fortemente marcados por gênero. Essas atividades quando realizadas por mulheres, mesmo fora do lar, carregam consigo as hierarquias da esfera caseira, sendo menos valorizadas e gozando de menos prestígio do que a mesma função executada por um homem (BRIGUGLIO, 2022). Assim, à elas atribui-se uma responsabilidade doméstica e a eles uma profissional, levando então o mercado de trabalho gastronômico para um campo majoritariamente masculino em cargos de prestígio, apesar das mulheres ocuparem a maior quantidade de postos de trabalho no setor de maneira geral (FERREIRA, TEIXEIRA, SILVA, 2023).

Dessa forma, ao se comparar é possível verificar que há uma “injustiça” em relação às mulheres no mercado, que menos remuneradas, além de ocuparem menos os cargos de chefia e comando. Também é notória uma assimetria em relação à raça e à sexualidade neste mesmo campo de atuação (FERREIRA, TEIXEIRA, SILVA, 2023).

No mercado cervejeiro, existem divergências sociais, como o afastamento forçado da mulher na produção de cerveja pelos homens, ao longo do tempo (SAORIN, 2021), e a estereotipação pejorativa ao executar as funções (FEDERICI, 2019a, 2019b). Isso resultou no estabelecimento de bloqueios, preconceitos e tabus para as mulheres neste mercado (SAORIN, 2021), transferindo, majoritariamente, a produção de cervejas aos homens, que dominam esse mercado, resultando em baixas quantidades de mulheres nas fábricas e no mercado de trabalho (SGORLA, 2017).

Sendo assim, esta pesquisa se debruçou sobre as dinâmicas de gênero nas cervejarias paraibanas registradas no Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), tanto na posição de empregador/a quanto de colaborador/a, quantificando-os/as e visando traçar um atual perfil panorâmico destas pessoas no mercado cervejeiro local.

Segundo o MAPA (2023), entende-se por cervejaria como sendo o estabelecimento que possui instalações, equipamentos e capacidade técnica para produzir ou fabricar, padronizar, envasar e/ou engarrafar cervejas, bem como executar a função de atacadista, exportador ou importador. Em contrapartida, do ponto de vista ministerial “não existe definição legal para termos como cervejaria artesanal ou *craft brewery*, microcervejaria, nanocervejaria e *brewpub*, entre outros” (BRASIL, 2023, p. 6) e todos esses tipos de negócios encontram-se sujeitos às “mesmas regras e procedimentos de registros como qualquer outra cervejaria, ainda que

existam legislações em outras esferas para fins de zoneamento, licenciamento ou tributação” (BRASIL, 2023, p. 6).

De acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2023), o *brewpub* é um estabelecimento que produz e comercializa cervejas artesanais em pequena escala, bem como possui uma cozinha própria, com a possibilidade de vender pratos, o que o diferencia de outros negócios, como *Tap Room* e/ou *Tasting Room*, os quais não tem cozinha própria e a comercialização de pratos poderia ser feita em parcerias.

Assim, entende-se as fábricas de cervejas como sendo enormes cozinhas, tendo em vista a possibilidade da união de diversas características/sabores através da mescla de ingredientes (matérias primas e adjuntos cervejeiros), além de diversos métodos e técnicas que, também, se aplicam às cozinhas profissionais, como a *mise en place* (seleção e moagem de grãos), cocção (preparação e fervura do mosto), fermentação, envase e acondicionamento, entre outros, afinal cerveja é gastronomia, cultura, história, economia, relações sociais e trabalho.

Desta forma, tendo em vista o identificar a presença das minorias sociais em um mercado específico como o cervejeiro, traz à luz resultados capazes de basear cientificamente a necessidade de promoção da igualdade de gênero e de outras minorias sociais, bem como redução desta e corroborar com o desenvolvimento de políticas públicas que vislumbre uma maior decência ao ser humano e à condição trabalhista e seus reflexos.

A hipótese principal desta investigação é que o mercado de trabalho cervejeiro paraibano segue os padrões mencionados e destacados por Almeida e Martins (2013), Araújo (2022) e Ferreira, Teixeira e Silva (2023). Assim, este mercado seria composto, majoritariamente, por homens heterossexuais, tanto nos cargos de empregador como de trabalhador.

REFERENCIAL TEÓRICO

Após as invasões europeias à América, o continente [e não apenas este] sofreu modificações drásticas que transformaram o meio e sua sociedade resultando em opressões por parte do patriarcado europeu aos povos dominados ou àqueles que não eram semelhantes ao homem branco, europeu e agente da colonização. Dentre essas mudanças, nota-se a imposição do binarismo de gênero, hierarquizado pela superioridade do homem, e o desenvolvimento de estigmas às mulheres, aos negros, aos indígenas e aos homossexuais (CURIEL, 2014; LUGONES, 2014).

A questão é que os invasores “categorizaram” os corpos de maneiras diferentes, o que serviu e serve de base para construção de estruturas de subserviência que afetam as pessoas, hoje conhecidas como minorias (CRENSHAW, 2002). De modo geral, entende-se como minorias os/as indivíduos/as que, de alguma forma, encontram-se em uma situação de subserviência e/ou desvantagem em relação à outras e que estas sempre recebem um tratamento discriminatório, seja por diferenças étnicas, de gênero, relações afetivas, dentre outras (CHAVES, 1970).

Ao se abordar gênero, é necessário compreender que ele não é a mesma coisa que sexo. O sexo diz respeito às características que constituem os corpos dos indivíduos, comumente apresentados como macho e fêmea. Já o gênero é formado pelas construções e expectativas sociais em relação aos(as) indivíduos(as) (HEILBORN, ARAÚJO, BARRETO, 2010).

Pessoas cisgênero são aquelas que possuem a identidade de gênero consoante com sua genitália, enquanto pessoas transgênero são as pessoas que não possuem sua identidade de gênero consoante com sua genitália (HEILBORN, ARAÚJO, BARRETO, 2010). Assim, "(...) os estudos de gênero evidenciam a possibilidade de reverter injustiças e construir um horizonte equânime" (HEILBORN, ARAÚJO, BARRETO, 2010, p. 14 *apud* HEILBORN, 1999, 2004).

A orientação sexual refere-se ao desejo afetivo e erótico de cada indivíduo, que pode ser por pessoas de sexo diferente, igual, ambos ou sequer existir. Quando ocorrer da atração ser destinada à pessoas do mesmo sexo, esta orientação é homossexual ou homoafetiva, e o oposto é considerada uma orientação heterossexual ou heteroafetiva. As pessoas que se atraem por ambos os sexos são chamadas bissexuais ou biafetivos (SALVADOR, 2017). Além destas, há outras orientações sexuais, mas por este estudo tratar sobre questões de gênero, não será abordado sobre tais.

Apesar das mudanças sociais, ocorridas principalmente após o século XX, a construção do conhecimento científico, de um mercado de trabalho equânime e de uma sociedade mais justa e igualitária torna-se uma batalha travada socialmente no cotidiano (BENTO, 2022; RIBEIRO, 2016). Entretanto, ainda é notório uma desigualdade sociocultural, trabalhista, de oportunidades, de costumes, de estigmas, dentre outras, e elas são atreladas à teorias sociais como o patriarcado (NARVAZ, KOLLER, 2006), o racismo e as discriminações, como de gênero, raça/etnia, sexualidade (CASTRO, SANTOS, SANTOS, 2018), e trazem uma série de violências, opressões (LERNER, 2019), exclusões e estereótipos, impostas há séculos, provenientes do sistema-mundo europeu que perduram num discurso normativo-estrutural até a sociedade atual (RIBEIRO, 2018; 2019).

Tanto é notória a desigualdade referida que Viana (2021, p. 29) afirma a incontestabilidade do "apagamento da participação das mulheres na história da gastronomia", tendo em sua pesquisa trabalhado sobre as "Mães de Lyon", mulheres responsáveis por estabelecer as bases da cozinha francesa no início do século XVIII. A referida autora demonstra a invisibilidade das notáveis cozinheiras francesas, "*Mères*", desde o início, citando livros clássicos da Gastronomia Francesa e da história da gastronomia que falam apenas de passagem ou sequer citam *Mère Brazier*, a primeira Chef a receber seis estrelas no Guia Michelin, e não o Chef Bocuse, como é propagado.

No Brasil, não seria diferente: poucos são os estudos que tratam do mercado de trabalho no setor de alimentação brasileiro e mais escassos são aqueles que se debruçam sobre as questões de gênero no mesmo, como o de Silva *et al.* (2020). Os autores destacaram a contribuição do setor de alimentação para o Valor Agregado Bruto (VAB), que é parte do Produto Interno Bruto (PIB) do país. Neste esboço, a área de alimentação representa 5,34% do número de empresas, entretanto o campo só emprega 3,60% de toda a população brasileira, ao mesmo tempo que remunera apenas 1,63% da massa salarial nacional. Ou seja, proporcionalmente, o setor de alimentação paga salários baixos frente ao número de empregados/as e de negócios. Mais afundo, Alves e Silva (2021) destacam a escassez das

pesquisas envolvendo o gênero feminino enquanto força de trabalho no setor de alimentação, e desenvolveram sua pesquisa com foco na participação das mulheres nas profissões associadas ao vinho, identificando uma lacuna deste tipo de pesquisa no Brasil.

Conforme citado nas considerações iniciais, tais observações também se aplicam ao mercado cervejeiro, tendo a mulher sido afastada forçosamente deste mercado (SAORIN, 2021), reduzindo cada vez mais a participação das mulheres no campo de produção cervejeira e gerando discrepâncias salariais devido ao gênero (SGORLA, 2017).

Sendo assim, este estudo tem sua relevância tanto no campo universitário, enquanto construtor de ciências, quanto para os negócios cervejeiros e para os governos, em geral, podendo servir de base científica para a elaboração e promoção de políticas públicas que promovam a igualdade de gênero e a redução das desigualdades no mercado de trabalho cervejeiro. Por fim, e não menos importante, esta pesquisa busca contribuir no meio empresarial da cervejaria paraibana e, também, o nacional, onde poderá ser verificado de forma genérica o reflexo de suas ações e atitudes no mercado de trabalho, como um todo, bem como quais medidas deverão/poderão tomar para reverter as injustiças diante das minorias sociais atuantes neste mercado.

MÉTODOS

Este esboço foi desenvolvido à luz dos ensinamentos de Gerhardt e Silveira (2009). Assim, esta é uma pesquisa de abordagem quantitativa, de natureza básica, com objetivo exploratório. Para a coleta de dados, utilizaram-se de procedimentos bibliográficos e de campo.

Na pesquisa bibliográfica foram considerados sites e governamentais como Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a Receita Federal do Brasil (RFB), o Ministério do Trabalho. Também foram consultadas as bases de dados do Google Acadêmico e *Scielo*, assim como livros físicos. O MAPA possui o Anuário da Cerveja, mas apesar deste documento informar os quantitativos e outras informações acerca do mercado cervejeiro, ele não apresenta os dados de quais cervejarias são e onde estão localizadas. Por essa razão, solicitou-se ao Governo Federal, através do portal Fala.BR, por meio do pedido de Acesso à Informação, a identificação de tais.

A pesquisa de campo foi realizada através da amostragem em bola de neve (*snowball*), trazida por Bockorni e Gomes (2021), onde o primeiro grupo de cervejarias, triadas pelo registro do MAPA, indicaria as demais dentro do estado. Dessa forma foram identificadas 10 cervejarias no estado da Paraíba, sendo 8 obtidas de acordo o Anuário da Cerveja 2022 e as outras 2 obtidas da amostragem em *snowball*.

Contatou-se os 10 empreendimentos, entretanto, obteve-se resposta de apenas 5, em função de: Uma cervejaria não encontra-se em funcionamento, conforme exposto pelo responsável registrado no MAPA, mas que ainda possui seu registro ativo; Uma cervejaria está baixada na RFB, logo não atua mais no mercado em questão, apesar de possuir registro ativo junto ao MAPA; Uma cervejaria se recusou a participar do estudo; Não houve sucesso no estabelecimento da coleta prévia de dados, tampouco aplicação de pesquisa de campo com duas outras cervejarias.

Na pesquisa de campo *in loco*, obteve-se resposta de 5 empreendimentos que estão localizadas no Agreste Paraibano (Campina Grande: 1 unidade) e na Mata Paraibana (Cabedelo: 2 estabelecimentos; João Pessoa: 2 empreendimentos). Destas 5 unidades, 2 são fábricas/ cervejarias e 3 são *brewpubs*. Dessa forma, foram coletados dados de uma amostra das cervejarias que corresponde a 62,5% do total de empreendimento em pleno funcionamento.

Verificou-se que, apesar do MAPA não reconhecer as cervejarias ciganas pela ausência de seus registros e de capacidade técnica para produzirem, sendo necessário a contratação de um espaço fabril com devido registro para produção, existem 4 ciganas produzindo cervejas entre as 5 fábricas de cervejas entrevistadas, sendo essas produções localizadas apenas na Mata Paraibana.

Para obtenção dos dados foi aplicado questionário estruturado, submetido à Plataforma Brasil e aprovado por parecer emitido pelo Comitê de Ética, aplicado via *Google Forms*.

As entrevistas foram divididas em duas etapas: (1) aplicação de questionário prévio acerca do empreendimento, e (2) aplicação de questionário para traçar perfil de empregadores/as e outra aplicação de questionário para traçar perfil de trabalhadores/as. Elas foram realizadas utilizando a ferramenta de pesquisa *Google Forms*, aplicadas individualmente, em espaços separados dos laborais e em momentos cedidos/determinados pelos empreendimentos e/ou seus/suas responsáveis.

Inicialmente (1) buscou-se traçar o Perfil de Empregadores/as para verificar o panorama de sócios/as e proprietários/as do local, buscando por: idade, gênero, raça/etnia e sexualidade. Por seguinte (2), pretendia-se estabelecer o Perfil da Força Laboral, visando quantificar os/as trabalhadores/as, questionando quanto à: idade, gênero, raça/etnia, sexualidade, cargo ocupado, média salarial, tipo de vínculo e carga horária de trabalho das minorias no local, bem como grau de escolaridade, a disponibilidade de estágio e de estagiários/as no local que se enquadram nas minorias, quantitativo destes/as que se enquadram nas minorias sociais, remuneração pelo estágio, média salarial e carga horária.

Após a realização da coleta, os dados foram sistematizados utilizando o software *Microsoft Excel*. Essa ferramenta foi escolhida por ser gratuita, de fácil acesso e utilização, o que facilitou o agrupamento e a compreensão das informações.

RESULTADOS

Os/As empreendedores/as das cervejarias paraibanas

De acordo com a RFB, foram identificadas 13 pessoas ocupando a posição de sócios/as nas cervejarias paraibanas. Destas, constatou-se 10 homens e 3 mulheres, levando em consideração a grafia do nome exposto no *site* governamental.

Na pesquisa de campo, entrevistou-se 2 mulheres, com idades entre 34 e 43 anos, e todas heterossexuais. Dos homens entrevistados a somatória totalizou 8, todos heterossexuais.

Os/As trabalhadores/as das cervejarias paraibanas

Através do levantamento prévio, constatou-se que a força laboral das cervejarias entrevistadas é composta por 34 trabalhadores/as. Na pesquisa de campo, entrevistou-se 32 funcionários/as.

O Quadro 1 apresenta a composição do quadro laboral distribuídos por orientação sexual e gênero entre os/as trabalhadores/as das cervejarias da Paraíba.

Quadro 1. Orientação Sexual e Gênero do quadro laboral das cervejarias paraibanas

Orientação Sexual e Gênero	Homem	Mulher	Prefere não identificar	Total Geral
Heterossexual	23	4	2	29
Homossexual	2	1	0	3
Total Geral	25	5	2	32

Fonte: autores, 2023.

Como visto, a força laboral das cervejarias paraibanas é majoritariamente masculina, uma vez que 78% dos trabalhadores são homens ante 16% das mulheres, todos/as cisgênero, e 6% que preferem não identificar seu gênero. Ao mesmo tempo que a força laboral das cervejarias paraibanas é composta de pessoas heterossexuais (91%), sendo 72% correspondente aos homens, enquanto as mulheres heterossexuais participam de 12,5% dessa composição. Apesar de duas pessoas preferirem não identificarem seus gêneros, elas afirmaram sua heterossexualidade. Por outro lado, percebe-se uma pequena participação da comunidade LGBTQIAP+ correspondendo a 9% da massa trabalhadora total, sendo 6% de homens gays e 3% de mulheres lésbicas.

O Quadro 2 demonstra os vínculos de trabalho do quadro laboral distribuídos por gênero entre a massa trabalhadora das cervejarias da Paraíba.

Quadro 2. Vínculo de Trabalho e Gênero da força laboral das cervejarias paraibanas

Vínculo e Gênero	Homem	Mulher	Prefere não identificar	Total Geral
Assalariado(a)	19	5	0	24
Contratado(a)	2	0	1	3
Estagiário(a)	1	0	0	1
Extra	1	0	1	2
Não determinado	2	0	0	2
Total Geral	25	5	2	32

Fonte: autores, 2023.

Dentre as pessoas assalariadas (75% do total de mão de obra trabalhadora nos empreendimentos cervejeiros locais), 79% são homens e 21% mulheres. Da massa trabalhadora contratada sem assinatura da carteira de trabalho nas cervejarias paraibanas, 6% é de homens e 3% preferiu não identificar seu gênero. Existe apenas um homem estagiando nos espaços laborais cervejeiros paraibanos.

Trabalhadores/as extras provém de contratações espontâneas, ocorridas sob demanda e para áreas de atuação específica. Identificou-se um homem com nível superior completo e

que trabalha como vendedor interno, com uma jornada de trabalho de 21 a 30 horas semanais e remuneração que vai de 1 a 1,5 salário-mínimo. Além deste, uma pessoa que prefere não identificar seu gênero, não identificou sua carga horária trabalhada, tampouco remuneração, mas que, no ato da visita *in loco*, constatou-se que a mesma executava função equivalente à de auxiliar de cozinha.

Ao longo da coleta de dados, 6% dos homens não puderam ter seu vínculo de trabalho determinado, identificados na tabela 2 como "Não Determinado", pois entre respostas afirmaram receber "dividendos" e "pró-labore".

O Quadro 3 apresenta a distribuição do quadro laboral distribuídos por área de atuação e gênero entre os/as trabalhadores/as das cervejarias da Paraíba.

Quadro 3. Cargos e Gênero da força laboral das cervejarias paraibanas

Setor e Cargo de Atuação / Gênero	Homem	Mulher	Prefere não identificar	Total Geral
SETOR DE EXPERIÊNCIAS	2	1	1	4
Auxiliar de Cozinha	0	1	1	2
Cozinheiro(a)	2	0	0	2
PREFIRO NÃO IDENTIFICAR	0	0	1	1
Prefiro não identificar	0	0	1	1
SETOR DE PRODUÇÃO DE CERVEJA	11	1	0	12
Assistente de Produção e Manutenção	1	0	0	1
Auxiliar Cervejeiro(a)	6	0	0	6
Gerente de Produção	1	0	0	1
Mestre(a) Cervejeiro(a)	1	0	0	1
Operador(a) de Máquinas	1	0	0	1
Responsável Técnico(a)	1	0	0	1
Técnico(a) Cervejeiro(a)	0	1	0	1
SETOR DE VENDAS E ADMINISTRATIVO	12	3	0	15
Auxiliar Administrativo	1	0	0	1
Auxiliar/Analista de Logística	1	0	0	1
Estoquista/Almoxarife	1	0	0	1
Gerente de Vendas	1	0	0	1
Gerente Financeiro	0	1	0	1
Motorista	2	0	0	2
Vendedor(a) Externo(a)	0	1	0	1
Vendedor(a) Interno(a)	6	1	0	7
Total Geral	25	5	2	32

Fonte: autores, 2023.

No que concerne às áreas de atuação, dividiu-se em três grupos. Compreende-se o "Setor de Produção de Cerveja" como sendo o campo responsável por todos os procedimentos que antecedem a venda ao consumidor/revendedor, o "Setor de Vendas e Administrativo" como sendo a área responsável por intermediar a vendas das cervejas para o público e gerenciar administrativamente a unidade/pessoas, e o "Setor de Experiências" como o responsável por

trazer vivências diferenciadas para o/a colaborador/a e consumidor/a final, como o atendimento especializado ao público e funcionários/as e de degustações alimentares, guiadas ou não.

Majoritariamente a massa trabalhadora é masculina (78%), como pode-se notar mediante dados coletados. Ao mesmo tempo, enquanto 48% dos trabalhadores estão ocupados no setor de vendas e administrativo, 44% constroem a força laboral de produção e 8% constituem o setor de experiências. Esses dois trabalhadores executam funções de cozinheiros assalariados, com formação na área de gastronomia.

Apesar da massa trabalhadora feminina compor apenas 16% da força laboral das cervejarias, elas estão ocupando as três áreas pesquisadas. Identificou-se: uma mulher com ensino médio completo atuando como auxiliar de cozinha; uma mulher com pós-graduação em tecnologia cervejeira atuando como técnica cervejeira; e três mulheres no setor de vendas e administrativo, ocupando cargos de gerente financeira, vendedora interna e vendedora externa, sendo duas com graduação superior e uma com ensino médio em andamento.

Uma pessoa optou por não identificar sua área de atuação, enquanto outra, apesar de não querer identificar seu gênero, demonstrou que trabalha no setor de experiências como auxiliar de cozinha, contendo formação na educação básica.

O Quadro 4 apresenta a média salarial dos/as trabalhadores/as das cervejarias paraibanas distribuídos/as por gênero.

Quadro 4. Média Salarial por Gênero da força laboral das cervejarias paraibanas*

Gênero	Homem	Mulher	Prefere não identificar
Média Salarial	R\$ 1.692,60	R\$ 1.757,70	Não calculada
Total de Pessoas	25	5	2

* Considerou-se o salário-mínimo como sendo a importância de R\$ 1.302,00, devido ao início da pesquisa anteceder o ajuste aplicado a partir de maio de 2023.

Fonte: autores, 2023.

Não é possível apresentar a média salarial das pessoas que não identificaram seus gêneros, pois, apesar de uma pessoa demonstrar sua faixa remuneratória, uma outra não informou um intervalo de valores que recebe como salários.

O Quadro 5 expõe a média salarial por orientação sexual dos/as trabalhadores/as das cervejarias paraibanas.

Quadro 5. Média Salarial por Sexualidade da força laboral das cervejarias paraibanas

Orientação Sexual	Heterossexual	Homossexual	Prefere não identificar
Média Salarial	R\$ 1.708,88	R\$ 1.627,50	Não calculada
Total de Pessoas	27	3	1

Fonte: autores, 2023.

Apesar da pessoa que preferiu não identificar sua remuneração, logo não foi possível calculá-la, a mesma identificou-se como heterossexual, sendo, então, subtraída do total do/as demais heterossexuais.

Mesmo não sendo alvo e não havendo dados oficiais governamentais sobre, em pesquisa prévia, identificou-se alguns cargos enquanto serviços terceirizados nas cervejarias paraibanas, tais como: técnico químico e elétrico, serviços essenciais de contabilidade para todos os negócios, e, sob demandas espontâneas, a contratação de profissional *sommelier/sommelière* e de gastrônomo/a ou outro/as profissional da área alimentar.

DISCUSSÃO

Para começo de conversa

Apesar dos dados ministeriais indicarem 10 estabelecimentos atuantes no estado, dois destes encontram-se fechados – segundo seu representante legal, mediante contato, e de acordo com a RFB –, apesar dos seus registros permanecerem ativos. Esse é um indicativo da necessidade de contratação de profissionais [em caráter emergencial] e de ausência/inexistência de fiscalização e de atualização por parte do MAPA enquanto órgão governamental, bem como a ineficiência da exposição dos dados públicos por tal, tendo em vista que tal órgão cedeu informações incongruentes e desatualizadas aos pesquisadores. Tal e qual do não uso da facilitação informacional através da internet e de sua agilidade. Das cervejarias restantes, duas destas não responderam ao contato prévio, sendo que uma não possui sequer mais atividade em suas redes sociais, o que indica o possível encerramento de suas atividades.

A recusa de uma das cervejarias pode ser fruto da inexistência de outros estudos e de dados sobre o cenário cervejeiro local, bem como, da não disseminação das poucas pesquisas que ainda ocorrem. Esse contexto pode ser um reflexo da falta de incentivo às pesquisas acadêmicas com foco no desenvolvimento local e regional, em especial, com foco no mercado cervejeiro.

Quanto aos empreendimentos cervejeiros paraibanos

A pandemia do coronavírus (*Sars-CoV-2*) modificou todas as estruturas sociais e mercadológicas, tanto no cenário brasileiro quanto pelo globo. As medidas de restrição e de isolamento social trouxeram um longo período de incertezas, inclusive para o mercado cervejeiro [este que se encontra presente até o momento], e tais refletiram, e refletem, significativamente, dentre as cervejarias paraibanas questionadas.

Dentre as entrevistadas, uma surgiu em meio ao período pandêmico [logo, não sendo contabilizada neste cálculo], 75% afirmaram precisarem reduzir seu quadro laboral no período que corresponde entre a publicação do decreto para *lockdown* na Paraíba e o início do primeiro ciclo de vacinação da terceira dose contra a Covid-19 (13/03/2020 a 13/12/2021). Essa queda de colaboradores/as diz respeito à diminuição de 42,9% da massa trabalhadora dos negócios locais, o que impacta negativamente a economia, a família, a sociedade e o mercado cervejeiro

pela menor capacidade do poder de compra por parte das pessoas desempregadas e pelas limitações sociais que lhes são atribuídas ao estarem fora do espaço laboral.

É importante destacar que, de todos os empreendimentos entrevistados, apenas uma cervejaria possui uma pessoa estagiando em seu espaço produtivo. E ressaltar que tal atividade é crucial para o desenvolvimento pessoal, acadêmico e profissional e que há a necessidade das demais cervejarias, bem como de outros negócios, somarem os/as estudantes para seus espaços laborais, principalmente, para agregarem intelectualidade, profissionalismo e ciência aos negócios, desenvolvendo-os e colaborando para o crescimento, tanto do/a futuro/a trabalhador/a quanto da empresa.

Acerca dos/as empreendedores/as nas cervejarias paraibanas

Percebe-se que, assim como exposto pela cientista jurídica, socióloga e *sommelière* de cerveja Sara Araújo (2022), no Guia da Cerveja, o mercado cervejeiro artesanal é elitizado e masculino e que “é importante frisar que [o mercado cervejeiro] é um lugar de privilégio poder consumir alguns rótulos, pois a cerveja artesanal nunca foi de acesso para a grande massa; ela sempre foi uma bebida elitizada e sempre houve um esforço do marketing demarcar isso”. E que, a composição do quadro social paraibano não é diferente do que a *sommelière* expõe em sua coluna e os números mostram isso, uma vez que 80% dos sócios paraibanos entrevistados são homens heterossexuais, restando a parcela não entrevistada para mudar essa estatística, mesmo que minimamente, ou reafirmar a sua heterossexualidade.

É certo que, o mercado cervejeiro paraibano, assim como o mercado de cervejas artesanais mundiais, corroborando com Mosher (2020) e reforçado por este estudo, é predominantemente dominado pelo universo masculino. Por outro lado, as mulheres seguem ocupando um papel marginal, tanto nos espaços fabris de cerveja, quanto como consumidoras e, principalmente, enquanto empreendedoras e trabalhadoras, indo de encontro ao que trata Sgorla (2017), a medida que emergiu um estereótipo sobre figura feminina e as capacidades das suas preferências. “Este padrão” reforça a dominação masculina através de uma acumulação primitiva que enraíza as sociedades e que apresenta mais malefícios do que benefícios, como afirma Federici (2019a, 2019b). Além do que, concordando com a autora em ambas as obras, ao se estabelecer limitações às mulheres, às suas intelectualidades e sabedorias e aos seus corpos, e é exprimido, por exemplo, pela quantidade de homens no cenário cervejeiro da Paraíba, tanto no papel de sócio quanto no de trabalhador. Tais são majoritariamente, heterossexuais, sendo estes divididos em brancos (empreendedores) e pardos (trabalhadores), indo de encontro ao que expõe Theodoro (2022) ao afirmar que a sociedade brasileira [assim como a paraibana] ainda reflete atos coloniais, como o estabelecimento da figura de poder à pessoa branca [força social] e a de subserviência às pessoas negras [massa trabalhadora].

Quanto aos/às trabalhadores/as das cervejarias paraibanas

Embora a igualdade entre homens e mulheres seja um direito e uma obrigação, segundo a Constituição Federal (art. 5º, I, 1988), na prática a discriminação ainda é alarmante quanto ao gênero, assim como quando diferem da heterossexualidade (ALMEIDA; MARTINS, 2013). Os dados aqui expostos vão de encontro ao que abordam os autores uma vez que, como

visto no Quadro 1, os/as trabalhadores/as homossexuais recebem remuneração inferior do que os/as heterossexuais, quando comparados/as. Diante disto, existem estudos que identificam a discriminação como sendo a questão responsável pela diferença salarial entre trabalhadores homossexuais e heterossexuais, de 3% e 30%. Além disso, os homens homossexuais recebem, em média, cerca de 5% a menos que os heterossexuais (ALMEIDA; MARTINS, 2013).

Frente o exposto e corroborando com o apresentado por Almeida e Martins (2013), a diferença salarial paga aos/às heterossexuais trabalhadores/as paraibanos/as no ramo cervejeiro em comparação à força laboral homossexual, como pode ser visto através do Quadro 5, é de 4,76% a menos para a força de trabalho homossexual. Por outro lado, os/as trabalhadores/as homossexuais ganham semelhantes aos/às heterossexuais quando comparados individualmente os mesmos cargos e jornadas de trabalho em que estão situados entre os/as héteros e não-héteros, porém ganham menos quando comparados/as ao universo.

Essa estreita parte, possivelmente, pode ser proveniente do comportamento do mercado cervejeiro local que corrobora com o estudo de Almeida e Martins (2013), onde, conforme identificado neste estudo, é massivamente composto por homens heterossexuais, e que, provavelmente, reproduzem, como exposto por Tubamoto (2022), padrões de bloqueios à comunidade homoafetiva, fazendo com que a mesma não adentre neste ramo de trabalho ou que, quando ingressada, tenha dificuldades na ascensão profissional.

Vale salientar que o estágio é uma atividade crucial para o desenvolvimento pessoal, acadêmico e profissional e que, se remunerado, colabora para a vida financeira de qualquer estudante. Com isso, como notado através do Quadro 2, há a necessidade das demais cervejarias, bem como de outros negócios, somarem os/as universitários/as para seus espaços laborais, principalmente, para agregarem intelectualidade, profissionalismo e ciência aos negócios, desenvolvendo-os e colaborando para o crescimento, tanto do/a futuro/a trabalhador/a quanto da empresa.

Nota-se no Quadro 2 que 6% dos homens não puderam ter seu vínculo de trabalho determinado, pois entre respostas afirmaram receber “dividendos” e “pró-labore”. Um diz respeito à distribuição de lucros e o outro é equivalente ao salário do sócio ou do administrador não sócio, respectivamente. Em ambos os casos, são remunerações pagas ao quadro social, conforme Chiavenato (2021), não fazendo, assim, parte da massa trabalhadora assalariada e, por essa razão, não se determinou neste estudo.

De um modo geral, analisando o Quadro 3, pode-se afirmar que o setor de experiências foi identificado apenas nas unidades tipo *Brewpubs*, uma vez que possuem cozinhas próprias para atendimento ao público, diferentemente dos empreendimentos tipo *Tap Room* ou *Tasting Room*. Este ambiente gastronômico, apesar de estar situado em espaços cervejeiros, demonstra o foi supracitado por Ferreira, Teixeira e Silva (2023) e, como identificado na pesquisa *in loco*, o número de cervejarias segue crescente no Estado tanto quanto à origem de registro, bem como quanto ao funcionamento de unidades registradas em outros estados e atuantes na Paraíba. Entretanto, diferentemente do exposto pelos autores, aqui as mulheres não são maioria da população ocupada assalariada, e concordando com tais, elas ocupam cargos inferiores ao dos homens, carregando consigo indicações de limitações nas suas vidas sociais e profissionais, assim como na ocupação de cargos de liderança. Para além, o setor de

produção de cerveja corresponde a 37,5% dos empregos e o de vendas e administrativo corresponde a 47% da massa empregada.

Se “posto à balança”, os homens somam 5 (cinco) vezes a somatória das mulheres. Por outro lado, apesar da média salarial feminina encontrar-se maior do que a masculina, como notável na Tabela 4, essa configuração pode se dar devido alguns fatores, como: à quantidade baixa de mulheres em comparação à de homens; à sua participação, seja no setor de vendas, ocupando cargos de gerência financeira e vendedora, seja no setor de produção, ocupando cargo de técnica cervejeira, seja no setor de experiências, ocupando cargo de auxiliar de cozinha; e/ou à escolaridade das mesmas, onde 60% delas possuem graduação superior e, destas, 66% têm especialização, o que impacta diretamente nas suas remunerações.

Essa necessidade de maior qualificação, o que resulta em maiores salários, é uma das formas delas encontrarem para amenizarem os impactos impostos pelo “Teto de Vidro” que lhes é atribuído. Dessa forma, concordando com Viana (2020) e Paiva (2017), apesar de inseridas no mercado de trabalho, elas sofrem preconceitos, discriminações, violências diversas e assédios múltiplos, e, ainda assim, precisam lidar com vários bloqueios na ascensão profissional, como exposto por Vaz (2013). Trata-se do que Marilyn Loden teorizou como sendo “teto de vidro” ou “paredes de cristal”, como expresso por Beltramini, Cepellos e Pereira (2022). Esta teoria levanta estudos, análises e discussões sobre os impedimentos que as mulheres, tidas como frágeis, têm para ascender profissionalmente, sendo necessário trabalhar e se qualificar muito mais do que os homens para se “equiparar” a eles (BELTRAMINI, CEPELLOS, PEREIRA, 2022).

Entre as pessoas LGBTQIAP+, vistos no Quadro 1 e no Quadro 5, sendo todos/as os/as trabalhadores/as na área de vendas e administrativo, nota-se uma comunidade composta por mais 60% das pessoas com escolaridade superior completa, mas que, apesar da instrução, encontram-se com remunerações baixas. Dessa forma, faz-se necessário intervenções que auxiliem na remuneração dessa comunidade, assim como, sua maior inclusão no mercado de trabalho cervejeiro.

Frente a tudo que foi apresentado e discutido, pode-se identificar no mercado cervejeiro paraibano um evento associado ao paradoxo de Bossuet, teoria desenvolvida por Pierre Rosanvallon e abordada por Theodoro (2022). Do ponto de vista de Rosanvallon (2011, p. 17), esse antagonismo se dá graças à “situação particular na qual os homens renegam aquilo que aceitam em particular”; enquanto, da ótica de Theodoro (2022, p. 50-51), “o tema da desigualdade estaria sendo relegado pela sociedade como um todo”. Concordando com ambos os autores, na perspectiva dessa pesquisa, o mercado cervejeiro, apesar de se “dizer” inclusivo às minorias sociais, como mulheres, população LGBTQIAP+ e pessoas negras (pretos e pardos), ele é excludente à medida que tem mais homens e héteros entre sua massa empregadora e empregada. Assim é um campo que, corroborando com Araújo (2022), o mercado cervejeiro artesanal é elitizado e masculino e branco e carregado de preconceitos, discriminações, racismo, machismo, xenofobia e tantos absurdos mais, como foi apresentado à medida que se identificava a presença e ocupação das minorias sociais neste mercado.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pôde-se identificar que, apesar do MAPA informar que existem 8 cervejarias com registro no estado da Paraíba, a somatória, através da pesquisa de campo, diz respeito a 10 unidades atuantes, indicando possível falha no tratamento de dados e/ou fiscalizações ministeriais.

Quanto às cervejarias que se recusou participar e as que não foi possível se estabelecer contatos e/ou não responderam, compreende-se que, o não colaborar com esta pesquisa diz respeito em contribuir com o empobrecimento do debate sobre um problema de todos, além de ampliar as desigualdades já existentes, talvez pela inexistência de outras pesquisas a respeito e/ou da ausência de dados e estudos sobre o cenário cervejeiro local, sendo um reflexo da má participação da academia em colaborar com a disseminação da sua ciência produzida.

Pode-se afirmar que, os objetivos propostos neste estudo foram alcançados através das cervejarias participantes. Isso se dá à medida que: expôs-se que a composição social e laboral das cervejarias paraibanas compreende a um total de 47 pessoas, sendo neste arcabouço realizadas 42 entrevistas que identificou uma participação de, somente, homens (78,6%) e mulheres (16,7%) e 4,8% de pessoas que preferem não identificar seu gênero; averiguou-se que 92,9% da massa laboral e social é heterossexual, cabendo à homossexualidade uma população de 7,1% neste campo. Para além, traçou-se o perfil dos/as empregadores/as do setor cervejeiro paraibano, quantificou-se a presença e ocupação de trabalhadores/as empregados/das na área de cervejarias da Paraíba com recorte de gênero e apresentou-se o panorama de atuação desses/as trabalhadores/as no setor de cervejaria do estado da Paraíba.

Visando dar continuidade, e na expectativa que perdure, sugere-se como de pesquisas futuras: a replicação desta metodologia em outros subsetores do ramo de alimentos e bebidas, e/ou em outros setores fora do âmbito da alimentação; a intensificação dessa pesquisa no ramo cervejeiro, debruçando-se sobre outras estruturas, marcadores sociais e estudos de cultura, como raça/etnia e religião/ões; e/ou trazer a mesma ótica para outros estados da nação, na expectativa de que se desenvolva um panorama regional e/ou nacional acerca da situação laboral e empregadora do setor.

Por fim, vale salientar que o engrandecimento oriundo do desenvolvimento desta pesquisa foi crucial para compreender as complexidades que envolvem o nicho cervejeiro e, a partir deste estudo, espera-se que se contribua para o desenvolvimento de políticas públicas que vislumbre a equidade entre gênero e sexualidades no campo estudado, bem como se combata às injustiças que encarceram as minorias a espaços subalternos.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, A. C. de; MARTINS, M. A. C. Discriminação por orientação sexual e identidade de gênero no mercado de trabalho: uma visão crítica sobre a jurisprudência trabalhista no Brasil. **Revista eletrônica do Tribunal Regional do Trabalho da Bahia**, vol. 2, n. 3, p. 29-37, out. 2013. Disponível em:

https://juslaboris.tst.jus.br/bitstream/handle/20.500.12178/146797/2013_almeida_antonia_dis_criminacao_orientacao.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 15 set. 2023.

ALVES, L. C.; SILVA, E. B. da. A força feminina das profissionais do vinho no Brasil: percepções de mulheres atuantes nas áreas de ensino, pesquisa, produção e serviço. **Revista Mangút: Conexões Gastronômicas**. Rio de Janeiro, v. 1, n. 2, p. 09-26, dez. 2021. Disponível em: <https://revistas.ufrj.br/index.php/mangut/article/view/41624/26685>. Acesso em: 21 set. 2023.

ARAUJO, S. Balcão Xirê Cervejeiro: 3 depoimentos sobre consumo e exclusão no setor. **Guia da Cerveja, Coluna Xirê Cervejeiro**. Publicado em: 24 jul. 2022. Disponível em: <https://guiadacervejabr.com/balcao-xire-ervejeiro-consumo-exclusao-mercado/>. Acesso em: 28 ago. 2023.

BELTRAMINI, L. M.; CEPellos, V. M.; PEREIRA, J. J. Mulheres jovens, “teto de vidro” e estratégias para o enfrentamento de paredes de cristal. **Revista de Administração de Empresas FGV AESP**, São Paulo, vol. 62, n. 6, p. 1-25, 2022. DOI: [10.1590/S0034-759020220608](https://doi.org/10.1590/S0034-759020220608). Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rae/a/q8xLSPzQMPMfFLWzf9X9GVx/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 17 set. 2023.

BENTO, C. **O pacto da branquitude**. 1ª ed. São Paulo: Editora Companhia das Letras, 2022. 152 p.

BOCKORNI, B. R. S.; GOMES, A. F. A amostragem em *snowball* (bola de neve) em uma pesquisa qualitativa no campo da administração. **Revista de Ciências Empresariais da UNIPAR**, Umuarama, v. 22, n. 1, p. 105-117, jan./jun. 2021. Disponível em: <https://ojs.revistasunipar.com.br/index.php/empresarial/article/view/8346/4111>. Acesso em: 29 ago. 2023.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Anuário da Cerveja 2022 / Ministério da Agricultura e Pecuária. Secretaria de Defesa Agropecuária**. – Brasília: MAPA/SDA, 2023. 44 p. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/inspecao/produtos-vegetal/publicacoes/anuario-da-erveja-2022/>. Acesso em: 31 ago. 2023

BRIGUGLIO, B. **Cozinha é lugar de mulher?** a divisão sexual de trabalho em cozinhas profissionais. São Paulo: Lutas Anticapital, 2022. 286 p.

CASTRO, A. B. C.; SANTOS, J. S. dos; SANTOS, J. S. dos. Gênero, patriarcado, divisão sexual do trabalho e a força de trabalho feminina na sociabilidade capitalista. In: SEMINÁRIO CETROS, CRISE E MUNDO DO TRABALHO NO BRASIL – desafios para a classe trabalhadora, 6., 2018, Fortaleza. **Artigo** [...]. Fortaleza: Universidade Estadual do Ceará, 2018. Disponível em: http://www.uece.br/eventos/seminariocetros/anais/trabalhos_completos/425-51197-29062018-084053.pdf. Acesso em: 01 set. 2023.

CHAVES, L. G. M. Minorias e seu estudo no Brasil. **Revista de Ciências Sociais**, Fortaleza, v. 1, n. 1, p. 149-168, 1970. Disponível em <http://repositorio.ufc.br/handle/riufc/4487>. Acesso em: 08 set. 2023.

CHIAVENATO, I. **Remuneração, benefícios e relações de trabalho**: como reter talentos na organização. 8 ed. Barueri-SP: Atlas, 2021. 192 p.

CRENSHAW, K. Documento para o encontro de especialistas em aspectos da discriminação racial relativos ao gênero. **Revista Estudos Feministas**. Rio de Janeiro – RJ: Universidade

Federal do Rio de Janeiro, v. 10, nº 01, p. 177-188, jan./jun. 2002. Disponível em: <https://www.scielo.br/jj/ref/a/mbTpP4SFXPnJZ397j8fSBQQ/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 14 set. 2023.

CURIEL, O. P. Construyendo metodologías feministas desde el feminismo decolonial. *In*: AZJUE, I. M.; LUXÁN, M.; LEGARRETA, M.; GUZMÁN, G.; ZIRION, I.; CARBALLO, J. A. (Ed.). **Otras Formas de (Re)Conocer: Reflexiones, herramientas y aplicaciones desde la investigación feminista**. San Sebastian: Lankopi, 2014. cap. 2, p. 45-60. Disponível em: https://publicaciones.hegoa.ehu.eus/uploads/pdfs/269/Otras_formas_de_reconocer.pdf?1488539836. Acesso em: 19 ago. 2023.

FEDERICI, S. **Calibã e a bruxa: mulheres, corpos e acumulação primitiva**. 1ª ed. São Paulo: Editora Elefante, 2019a. 460 p.

FEDERICI, S. **Mulheres e caça às bruxas: da idade média aos dias atuais**. 1ª ed. São Paulo: Boitempo, 2019b. 160 p.

FERREIRA, A. A. S.; TEIXEIRA, A. B.; SILVA, V. L. A. M. S. As sofredoras, ops!, trabalhadoras brasileiras do setor de alimentação de 2010 a 2019. *In*: Fórum Internacional de Turismo do Iguassu, 17., 2023, Foz do Iguaçu. **Resumo expandido** [...]. Foz do Iguaçu: Instituto para o Desenvolvimento do Turismo e Projetos Estratégicos, 2023. Disponível em: <https://www.sisapeventos.com.br/staff/app/files/submissions/44/2854-11265-55.pdf>. Acesso em: 01 set. 2023.

GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. **Métodos de pesquisa**. – Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/deradoo5.pdf>. Acesso em: 08 set. 2023.

HEILBORN, M. L.; ARAÚJO, L.; BARRETO, A. **Gestão de políticas públicas em gênero e raça | GPP – GeR: módulo II**. Rio de Janeiro: CEPESC; Brasília: Secretaria de Políticas para as Mulheres, 2010. 266 p.

LERNER, G. **A criação do patriarcado: história da opressão das mulheres pelos homens**. 1ª ed. São Paulo: Cultrix, 2019. 400 p.

LUGONES, M. Rumo à um feminismo descolonial. **Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 22, n. 3, p. 935-952, set./dez. 2014. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/view/36755/28577>. Acesso em: 05 set. 2023.

MOSHER, R. **Degustando cerveja: tudo o que você precisa saber para avaliar e apreciar a bebida**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2020. 366 p.

NARVAZ, M. G.; KOLLER, S. H. Famílias e patriarcado: da prescrição normativa à subversão criativa. **Revista Psicologia & Sociedade**, v. 18, n. 1, p. 49-55, jan/abr. 2006. Disponível em: <https://www.scielo.br/jj/psoc/a/VwnvSnb886frZVkBpDpL4Xn/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 24 ago. 2023.

PAIVA, A. P. Divisão sexual do trabalho e teto de vidro: o desenvolvimento da carreira de mulheres cientistas. *In*: SEMINÁRIO INTERNACIONAL FAZENDO GÊNERO, 11., WOMEN'S WORLDS CONGRESS, 13th., 2017, Florianópolis. **Anais Eletrônicos** [...]. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 2017. Disponível em: http://www.en.wwc2017.eventos.dype.com.br/resources/anais/1503888934_ARQUIVO_TrabalhoAdrianaPontesPaiva.pdf. Acesso em: 11 ago. 2023.

RIBEIRO, D. **Configurações histórico-culturais dos povos americanos**. 2ª ed. São Paulo: Global, 2016. 168 p.

RIBEIRO, D. **Pequeno manual antirracista**. 1ª ed. São Paulo: Editora Companhia das Letras, 2019. 65 p.

RIBEIRO, D. **Quem tem medo do feminismo negro?** 1ª ed. São Paulo: Editora Companhia das Letras, 2018. 120 p.

ROSANVALLON, P. **La Société des Égaux**. Paris: Seuil, 2011. 432 p.

SALVADOR, T. F. Sexualidade e trabalho: uma análise sobre a importância do respeito à diversidade sexual no ambiente do trabalho a partir da teoria do reconhecimento de Axel Honneth. **Boletim Científico ESMPU**, Brasília, vol. 16, n. 50, p. 279-304, jul./dez. 2017. Disponível em: <https://escola.mpu.mp.br/publicacoescientificas/index.php/boletim/article/view/542/490>. Acesso em: 22 set. 2023.

SAORIN, C. Além do Copo. **Palestra "A história da cerveja contada pela visão das bruxas"** Por Cilene Saorin. Youtube, 31 de mar. de 2021. 1 vídeo (2h36min). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=pjJN5YKsPiY>. Acesso em: 19 set. 2023.

SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas –. O que é um brewpub? **Empreendedorismo, Ideia de Negócio**. Publicado em: 17 fev. 2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-que-e-um-brewpub,078a270852166810VgnVCM1000001b00320aRCRD#:~:text=O%20brewpub%20se%20caracteriza%20por,os%20pratos%20elaborados%20no%20local>. Acesso em: 10 set. 2023.

SGORLA, A. F. Gênero e mercado de cervejas artesanais: percursos, recursos e estratégias de empresirilização de si. *In*: REUNIÃO DE ANTROPOLOGIA DA CIÊNCIA E TECNOLOGIA, 6., 2017. **Anais [...]**. São Paulo: Instituto de Estudos Brasileiros, 2017. Disponível em: <https://ocs.ige.unicamp.br/ojs/react/article/download/2828/2690/12689>. Acesso em: 15 ago. 2023

SILVA, V. L. A. M. S.; FERREIRA, A. A. S.; MAGALHÃES, M. R. A.; MELO, D. H. R. de. Economic analysis of the gastronomy sector in Brazil, the northeast region and the state of Paraíba: contribution of the sector to the economy and the labor market. **Applied Tourism**, v. 5, n. 1, p. 01-15, 2020. Disponível em: <https://periodicos.univali.br/index.php/ijth/article/view/16511/9326>. Acesso em: 04 ago. 2023.

THEODORO, M. **A sociedade desigual: racismo e branquitude na formação do Brasil**. 1ª ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2022. 448 p.

TUBAMOTO, F. T. Diversidade corporativa: homens brancos cisgênero ainda são maioria. **Estado em Minas, Diversidade**. Publicado em: 26 jan. 2022. Disponível em: <https://www.em.com.br/app/noticia/diversidade/2022/01/26/noticia-diversidade,1340368/diversidade-corporativa-homens-brancos-cisgenero-ainda-sao-maioria.shtml>. Acesso em: 29 jul. 2023.

VAZ, D. V. O teto de vidro nas organizações públicas: evidências para o Brasil. **Economia e Sociedade**, Campinas, v. 22, n. 3, p. 765-790, dez. 2013. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/ecos/v22n3/07.pdf>. Acesso em: 14 ago. 2023.

VIANA, A. A. C. A cozinha das Mères: um breve estudo sobre a importância das chefs femininas de Lyon. **Revista Mangút: Conexões Gastronômicas**. Rio de Janeiro, v. 1, n.2, p. 27-41, dez. 2021. Disponível em: <https://revistas.ufrj.br/index.php/mangut/article/download/41717/26686>. Acesso em: 09 set. 2023.

VIANA, A. A. C. A figura poderosa do chef-celebridade: refletindo sobre machismo nas cozinhas profissionais. **Revista Scientiarum História**, v. 1, e. 252, p. 1-9, 2020. DOI:10.51919/revista_sh.v1io.252. Disponível em: <http://146.164.248.81/revistas/index.php/RevistaSH/article/view/252/207>. Acesso em: 11 ago. 2023.