

# Empoderamento feminino na indústria de joias

## *Women's empowerment in the jewelry industry*

BARBOSA, Ana Beatriz Avelino  
Universidade Estadual de Maringá - UEM | beatrizbiabarbosa@hotmail.com

MURAYAMA, Beatriz Miyuki  
Universidade Estadual de Maringá - UEM | beatrizmiyukimurayama@gmail.com

ROMANELLO, Ana Clara Ribeiro  
Universidade Estadual de Maringá - UEM | anaclararomanello@hotmail.com

MARTINS, Vagner Basqueroto  
Universidade Estadual de Maringá - UEM | basqueroto.martins@gmail.com

MONTEIRO, Cláudia Cirineo Ferreira  
Universidade Estadual de Maringá - UEM | ccfmonteiro@uem.br

### Resumo

Papeis sociais sofrem influências e se alteram. O sexo feminino, por exemplo, é prejudicado se tratando de desigualdade sexual, por meio de um processo cultural. A necessidade de mudança fez com que o feminismo ascendesse no século XX. Baseado na igualdade de gêneros, essa ideologia está ativa principalmente no mercado de trabalho. Na joalheria, há projetos com esse foco, e nesse artigo apresenta-se, com base em dados bibliográficos e entrevista com autoridade no assunto, a confirmação da importância do empoderamento feminino no setor joalheiro.

Palavras-chave: Mulher. Empoderamento. Joias e igualdade.

### Abstract

*Social roles are constantly under influence and being altered by external forces. The female gender, for one, is undervalued when it comes to sexual equality, due to the influence of a cultural process. The need for change has made feminism rise in the twentieth century. Based on gender equality, this ideology is especially active in the labor market. In the jewelry industry, there are projects with this focus. Thus, this paper presents - based on bibliographic data and an interview with an authority on the subject - the confirmation of the importance of female empowerment in the jewelry market.*

Keywords: Woman. Empowerment. Jewels and equality.

## 1 INTRODUÇÃO

Por questões culturais, os homens sempre foram considerados com mais aptidões para os negócios, para liderar no mercado de trabalho. No entanto, as mulheres têm provado ser tão capazes quanto eles. Inserindo-se num contexto predominantemente masculino, atualmente o sexo feminino está presente em altos cargos, como CEO<sup>1</sup> OU CFO<sup>2</sup>, contudo está distante de um equilíbrio. Segundo o jornal O Globo é possível verificar que:

[...] elas respondem atualmente por 43,8% de todos os trabalhadores brasileiros. Mas a participação vai caindo conforme aumenta o nível hierárquico. Elas representam 37% dos cargos de direção e gerência. No topo, nos comitês executivos de grandes empresas, elas são apenas 10% no Brasi. (ALMEIDA, 2017).

Na indústria de joias também é preeminente o sexo masculino na chefia, como afirma a vicepresidente da Bolsa de Diamantes da América Latina e também presidente-fundadora da organização Mujeres Brillantes:

Por parte da questão cultural, por muitas décadas o setor, principalmente o de diamantes, foi completamente dominado por homens maiores de 45 anos de idade e vindos de famílias tradicionais do setor. Poucas exceções durante esse período ocorreram e devido a isso é uma questão de educar o setor que os tempos mudaram e a sociedade também mudou. (PASTORINI, 2018).

Para mudar essa realidade na indústria brasileira e educar que os tempos estão mudando, organizações estão se juntando como a Organização das Nações Unidas (ONU) Mulheres que tem como tema para 2018 o empoderamento feminino na indústria brasileira. (SANTOS, 2018)

No setor joalheiro existe também uma movimentação para reunir mulheres que desejam ascender profissionalmente, que buscam posições de liderança dentro do mercado de joias finas, com desejo de trabalhar no design e na produção de joias (que além de consumidoras se tornam trabalhadoras neste ramo). E para incentivar esse empoderamento, une-se neste artigo informações desse setor, e exemplos reais do que ocorre no século XXI para ascender a mulher profissionalmente. Para as informações sobre o ramo da joalheria e o mercado de trabalho, para as mulheres, foram pesquisados referências em sites

---

1 CEO: Chief Executive Officer é um termo em inglês para definir presidente ou diretor-executivo em uma empresa. Disponível em: <https://bit.ly/2ndgZAY>.

2 CFO: Chief Financial Officer é o diretor-executivo financeiro. Disponível em: <https://bit.ly/2ndgZAY>.

e uma entrevista via e-mail com a equipe Mujeres Brillantes, que possui como responsável Ali Pastorini, onde foi perguntado todos os detalhes necessários para argumentar sobre o tema. Nas questões históricas e conhecimento sobre as teorias do feminismo foi realizado um longo estudo com referências bibliográficas, com livros, sites e vídeos. Por fim, foi realizada uma pesquisa de campo, com a finalidade de verificar o que as pessoas pensam sobre o empoderamento feminino, que teve como confirmação a importância dele no setor joalheiro e em outros meios.

## 2 CONTEXTO HISTÓRICO

A mulher no contexto histórico geral foi desprestigiada durante séculos, considerada apenas dona-de-casa, uma figura frágil, dependente do sexo masculino para todos os afazeres que não fossem domésticos, esse processo cultural é conhecido como machismo. “Era imaginada de avental e com bobs nos cabelos, no meio da cozinha envolta por liquidificador, batedeira, fogão, entre outros utensílios domésticos” (RIBEIRO, 2018).

Essa visão foi deteriorando-se na década de 1960, marcada pela publicação do livro “A Mulher Mistificada”, de Betty Friedan, que causou um choque cultural por apresentar a insatisfação, antes não notada, das mulheres “donas-de-casa”, surgindo assim a mulher dona-de-si, que “é protagonista da sua vida, comprometida com a identificação dos seus talentos para a realização dos seus sonhos, se tornando uma empreendedora de si mesma” (PIRES, 2018). Seguido de artigos sobre o mesmo tema publicado por revistas. “Num clima de contestação generalizada, a partilha desigual dos papéis sexuais e a atribuição às mulheres das tarefas domésticas são violentamente fustigadas.” (LIPOVETSKY, 1997).

Esses movimentos contra a visão depreciada do sexo feminino e em busca de mudanças ficou conhecido como feminismo<sup>3</sup>, também foi impulsionado a partir do livro “O Segundo Sexo” da escritora Simone de Beauvoir, de 1949, que conseguiu desconstruir a ideia do sexo masculino ser superior por questões biológicas, provando ser apenas uma cultura embasada no regime patriarcal, no machismo<sup>4</sup>.

Outro conceito importante para compreender a desigualdade entre os gêneros é a repressão sexual que

\_\_\_\_\_ Pode ser considerada como um conjunto de interdições,

3 Feminismo: movimento político filosófico e social que defende a igualdade de direito entre mulheres e homens. (FEMINISMO..., 2018).

4 Machismo: é o comportamento, expresso por opiniões e atitudes de um indivíduo que recusa a igualdade de direitos e deveres entre os gêneros sexuais, favorecendo e enaltecendo o sexo masculino sobre o feminino. (MACHISMO..., 2018).

permissões, normas, valores, regras estabelecidas histórico e culturalmente para controlar o exercício da sexualidade [...] Nessa perspectiva podemos dizer que o fenômeno ou o fato da repressão sexual é tão antigo quanto a vida humana em sociedade, mas que o conceito de repressão sexual é bastante recente, isto é, que a reflexão sobre as origens, as formas e os sentidos desse fato, seu estudo explícito, datam do século XIX [...] (CHAUI, 1984).

Um exemplo é o patriarcado, um sistema cuja autoridade está predominante na figura masculina, inclusive sobre a mulher, que nesse caso é submissa às decisões do homem sem direito a relutância.

### 3 CONQUISTAS FEMININAS

O século XX foi um período de importantes conquistas para as mulheres, direito ao voto é uma delas, tendo início em 1918 na Grã-Bretanha, 1920 nos Estados Unidos da América e em 1932 no Brasil. Tendo como exemplo de mudança de pensamento Joaquim Francisco de Assis Brasil, pois ele era contra o voto feminino e depois se tornou a favor, governador do Rio Grande do Sul, durante os anos 1891 até 1892, também advogado e escritor, participou na elaboração da Constituição Brasileira de 1891, como a décima terceira assinatura. Como ele mesmo recorda na 4ª edição de seu livro *Democracia Representativa - do voto e do modo de votar*: “na Constituinte de 1890-1891, votei contra o exercício do sufrágio político pela mulher [...] onde a mulher ainda não tem competência para imiscuir-se em eleições, o sufrágio deve ser realmente universal, mas só para os homens”. (BRASIL, 2014). “Mas, depois, julgou ele tivesse chegado a oportunidade para a admissão da outra metade da nação ao exercício do voto.” (BRASIL, 2014).

Outra conquista é referente à violência contra o sexo feminino, em 1980 começou uma movimentação feminista sobre esse tema e, cinco anos após é marcado o início do Conselho Nacional dos Direitos da Mulher (CNDM), que tem o objetivo de ampliar a participação da mulher nas áreas culturais, econômicas e políticas, diminuir o preconceito e a discriminação por elas sofrida. Uma das leis mais conhecidas para combater a violência que as mulheres sofrem é a Lei Maria da Penha, inspirada na própria, que lutou vinte anos para que seu marido fosse condenado pelo que tinha feito com ela (BRASIL, 2006):

Maria da Penha é biofarmacêutica cearense, e foi casada com o professor universitário Marco Antonio Herredia Viveros. Em 1983 ela sofreu a primeira tentativa de assassinato, quando levou um tiro nas costas enquanto dormia. Viveros foi encontrado na cozinha, gritando por socorro, alegando que tinham sido atacados por assaltantes. Desta primeira

tentativa, Maria da Penha saiu paraplégica. A segunda tentativa de homicídio aconteceu meses depois, quando Viveros empurrou Maria da Penha da cadeira de rodas e tentou eletrocutá-la no chuveiro (OBSERVE, 2018).

A lei Maria da Penha protege mulheres contra todas as formas de agressão, seja ela física, verbal, psicológica, entre outras, para que não ocorra o que aconteceu com a mulher citada, que mesmo seu marido tendo feito atrocidades com ela, demorou vinte anos para ele responder sobre seus atos, abordando uma parte da lei tem-se:

Art. 20 - Toda mulher, independentemente de classe, raça, etnia, orientação sexual, renda, cultura, nível educacional, idade e religião, goza dos direitos fundamentais inerentes à pessoa humana, sendo-lhe asseguradas as oportunidades e facilidades para viver sem violência, preservar sua saúde física e mental, e seu aperfeiçoamento moral, intelectual e social. (BRASIL, 2006).

A partir dessa lei, as mulheres tiveram suporte contra diversos tipos de agressão, ela “incorporou o avanço legislativo internacional e se transformou no principal instrumento legal de enfrentamento à violência doméstica contra a mulher no Brasil.” (MORENO, 2014).

Com direitos conquistados, as mulheres puderam ascender profissional e intelectualmente, refinando seus gostos, assim o conhecimento pelo que elas utilizavam como adereços e acessórios foi além do conceito de beleza e poder, passou a representar uma simbologia, demonstrar um estilo em quem as pertencia.

#### **4 JOIAS: IMPORTÂNCIA FEMININA**

O design de uma joia define muito sobre os conceitos utilizados por quem a idealizou. Ela sempre foi tratada como símbolo de luxo e poder desde períodos anteriores aos egípcios, até os dias atuais. A diferença mais observada, porém, neste ramo é a preferência do público contemporâneo, que continua procurando luxo, mas com estilo. O acabamento das peças agrega valor tanto a ela própria quanto à pessoa que a utiliza. É possível observar em um livro sobre joias, algumas vertentes da época em relação ao público alvo, nesse contexto que se insere a importância que as mulheres dão para joias, pois buscam aquelas com que se identificam, como exemplo nota-se as tendências para os anos 2013/2014, de acordo com o SENAI, 2013:

Quatro temas comportamentais que direcionam a criação na temporada. São distintos, mas se conectam e se

complementam. O primeiro fala das culturas e busca nas VIAGENS a base criativa [...]. Em contrapartida a esse movimento está a POP CULTURE. Aqui o reflexo das ruas [...]. A TECNOARTE promove, assim, o feliz encontro entre a tecnologia e a criação [...]. Para finalizar, voltamos às nossas ORIGENS, buscando em costumes e tradições a base de sustentação do comportamento humano. (SENAI, 2013).

Com relação ao público que se pretende atingir com determinadas joias, é envolvido também o local aonde se dispõe o acessório, a parte do corpo no qual coloca-se não é por acaso, como as orelhas que hoje são enfeitadas, perfuradas e esticadas com diversos acessórios por motivos estéticos, tem a origem deste ato um significado simbólico “originalmente, isso visava aumentar a sabedoria da mulher ou protegê-la de infortúnios.” (DESMOND, 2005).

Sendo peças grandes ou pequenas, chamativas ou discretas, para fins estéticos ou com objetivo de revelar um conceito, joias tem destaque em todas as vertentes e para todas as preferências e o design dela que define o estilo a ser salientado (SALEM, 1998).

## 5 CONSUMO E PRODUÇÃO

O mercado de joias é para todos os gêneros, porém pelo detalhamento e requinte das peças atinge mais o público feminino e a fabricação geralmente é chefiada por homens (ALMEIDA, 2017). Atualmente há projetos que agem no sentido de uma ampliação na participação feminina em altos cargos, que poderá ser visto na sequência do presente artigo. Com a ascensão da mulher como trabalhadora no ramo joalheiro, ela deixa de ser apenas consumidora, surge então uma relação entre o consumo e a produção (DRIELY..., 2017).

### 5.1 Conscientização para o Consumo

A partir de dados levantados por uma pesquisa realizada pelo jornal O Estadão em 2016, somente 15% dos brasileiros da classe A e 3,6% da classe B ainda compram joias em ouro e diamante. Os hábitos de consumo do público mudaram, continua sendo predominantemente feminino, porém quer modernidade, peças que façam com que se identifiquem. Analisando essas porcentagens apresentadas, é possível notar valores baixos, que revelam pouco interesse por peças consideradas finas. Em uma afirmação, Driely faz essa relação com a falta de figura feminina na produção das joias:

“Os homens não estão conseguindo captar essas sutilezas e, dessa forma não conseguem criar joias e marketing que capturem o desejo feminino. Não estão conseguindo trazer valor para um item de preço elevado, que pode somar cinco dígitos ou mais” (DRIELY..., 2017).

Segundo Ali Pastorini, a conscientização de que a mulher tem um papel importante dentro do setor joalheiro é essencial pois é necessário um equilíbrio entre os gêneros para que o consumo seja lucrativo na indústria de joias, ainda argumenta que homens e mulheres terem capacidade cerebral para tarefas diferentes, sendo positivo uma ação de união nas lideranças de empresas para a compreensão dos interesses do público (PASTORINI, 2018). Ainda de acordo com Pastorini (2018), a indústria está se focando somente na venda, e não no valor que terá para o público que a compra:

As consumidoras devem considerar uma joia fina como uma expressão de valor, criatividade e exclusividade, mas elas têm sido mais inspiradas para a compra de um Iphone ou de sapatos de grife. Isso mostra para a indústria de joias, que deveriam estar fazendo um trabalho melhor. O sentimento que temos é que a indústria está se focando demais na venda das joias, e não na experiência de comprar ou receber uma joia. Como mulheres, nós instintivamente compreendemos que esse deveria ser um momento especial e íntimo que transcende a mecânica de uma negociação comercial. A experiência deveria ser única e significativa, assim como a joia. (PASTORINI, 2018).

O aumento da participação do sexo feminino no design de joias é uma necessidade para a produção ter uma representatividade maior do gênero, atenda melhor aos requisitos dos consumidores. Essa prática deve estar inserida em todos os níveis de hierarquia dentro da indústria joalheira, não apenas nos menores cargos, como observa-se atualmente.

## 6 O EMPODERAMENTO NA INDÚSTRIA

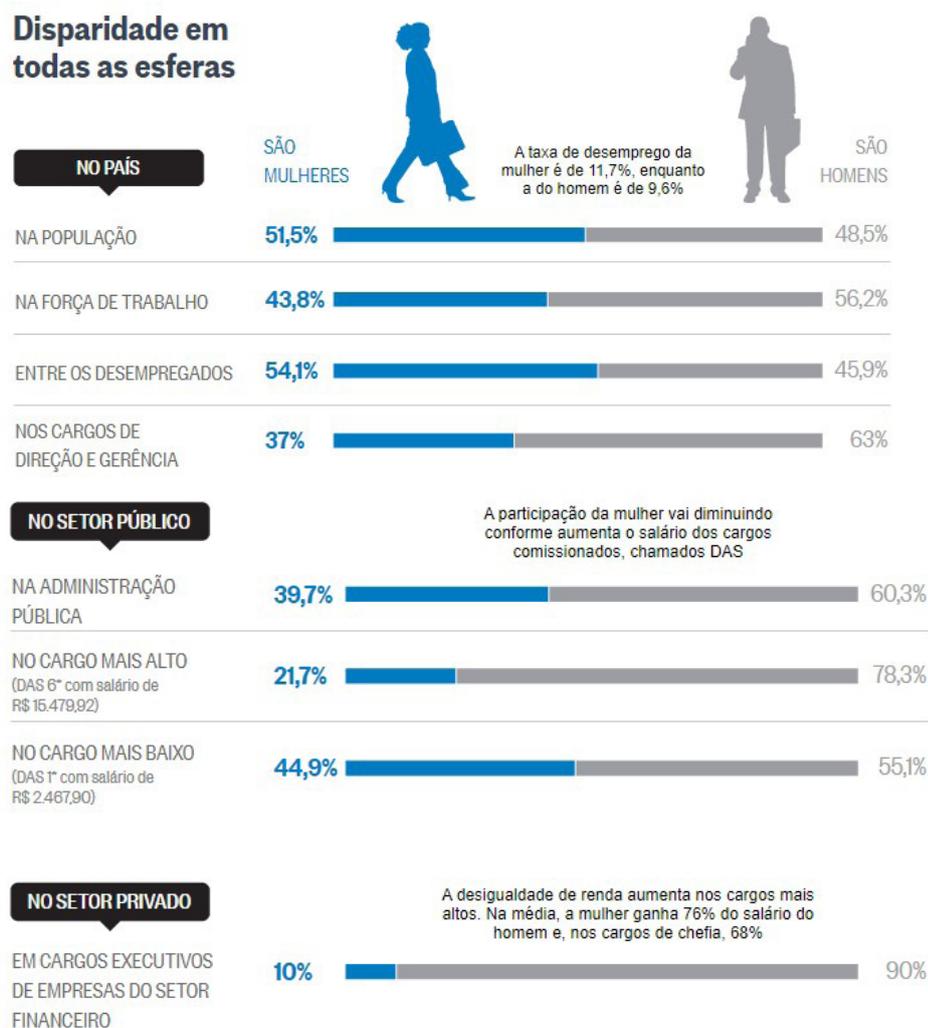
Feminismo se baseia na igualdade de direito entre todos os gêneros existentes, e empoderar é um verbo que se refere a dar ou conceder poder para si próprio ou para outra pessoa, segundo o Dicionário Aurélio (FERREIRA, 2010). Quando há empoderamento feminino não se trata da mulher acima do homem, e sim a equivalência entre ambos os sexos (ALI..., 2018).

Na indústria não é diferente, “não queremos favores ou cortêsias. Queremos as mesmas oportunidades, e que mereça quem estiver melhor

preparado, naquele determinado momento, para assumir um cargo de destaque, seja homem ou mulher” (PASTORINI, 2018).

Os dados atuais revelam grande desigualdade, ainda presente na sociedade e principalmente nas indústrias privadas e públicas, como revelam os infográficos (Figura 1):

Figuras 1 - Infográfico da porcentagem de mulheres e homens em diferentes setores da sociedade.



Fonte: Pnad (2015) adaptado pelos autores.

## 6.1 Inserção na Joalheria: *Mujeres Brillantes*

Buscando um exemplo atual, foi pesquisada uma organização que tem seu foco exclusivamente no empoderamento feminino, e a partir de uma entrevista via e-mail realizada em maio de 2018, a equipe e a presidente da associação *Mujeres Brillantes*, Ali Pastorini, responderam um questionário contendo 7 perguntas sobre os objetivos, dificuldades, conquistas e envolvimento da organização com a sociedade. A Associação *Mujeres Brillantes* é uma organização que tem como objetivo o empoderamento feminino na indústria de joias, oferecendo apoio, conhecimento e benefícios aos membros. Além de designers de joias, há diferentes tipos de membros que

estão envolvidos em diversos segmentos desse ramo, como especialistas em mídia, atacadistas, varejistas, etc. De acordo com a equipe, a associação não é constituída apenas por mulheres, homens e outros sexos também são bem-vindos, pois caso contrário estaria repetindo os mesmos erros de exclusão que foram cometidos durante décadas contra as mulheres. Mujeres Brillantes acredita no trabalho conjunto entre todos os sexos (MUJERES BRILLANTES, 2018).

Para ser possível esse auxílio às mulheres joalheiras, a associação divulga seu trabalho e conta com parceria de empresas brasileiras e estrangeiras, promove encontros, eventos, congressos, exposições, entre outros.

São organizados eventos de redes nacionais e internacionais, programas educacionais com especialistas da indústria, eventos organizados junto a associações locais e intercâmbio constante de informações entre os membros. Outros benefícios incluem programas de orientação e promoção de marcas de joias em nossas redes sócias e nosso canal no Youtube, Mujeres Brillantes (MUJERES BRILLANTES, 2018).

De acordo com a Associação, por desinformação em entender a importância em fazer parte de uma instituição com tal propósito. Ainda se vê mulheres, mesmo com todo o sucesso das Mujeres Brillantes no âmbito internacional, perguntando, o que a Associação irá fazer por ela. Elas não compreendem que a postura é mudar o próprio comportamento.

A maioria das mulheres ao se deparar com a Associação, simpatizam e aderem a ideia, além disso muitas empresas não apenas do setor já apoiam as ações do grupo. Mas o que a Presidente Internacional, Ali Pastorini, compreendeu, segundo ela, é que tudo que é novo ou diferente causa receio e resistência a algumas pessoas (MUJERES BRILLANTES, 2018).

Alguns objetivos já foram alcançados pela equipe de joalheiras, como a *Mujeres Brillantes*, em diferentes países, essas ações foram tanto a nível educacional como comercial, pois instrui a mulher a se empoderar e também a conseguir sua independência através de uma renda própria. Houve uma maior conscientização da importância do trabalho em equipe. A Mujeres Brillantes promove maior capacitação das joalheiras do grupo, que precisam estar se atualizando independente do mercado que atue e para qual público queira alcançar. Os impactos observados pela empresa é que houve uma mudança da postura delas na esfera social e também emocional, pois muitas saíram da sua zona de conforto e foram atrás das ferramentas para evoluir profissionalmente sob todos os aspectos, não apenas técnicos. Ali Pastorini, empresária gaúcha, vice-presidente da primeira Bolsa de Diamantes da América Latina, também é idealizadora da organização Mujeres Brillantes, é uma das mais jovens

mulheres a ocupar um cargo executivo de primeiro escalão mundial no setor de diamante. Também é sócia diretora da grife de joias Del Lima, lançada no mercado internacional desde 2012. Em uma viagem a trabalho ao Oriente Médio, notou que o mercado de joias era predominantemente composto por homens, percebeu também que inserir mulheres nesse ramo traria benefício para o setor e estimularia o empoderamento feminino, segundo a equipe da organização, seu discurso impactante durante o Primeiro Encontro de Mulheres Joalheiras Latino-Americanas, em junho de 2016, deu origem ao grupo Mujeres Brillantes, que hoje conta com empresárias da América Latina e países da Europa, Ásia e Oriente Médio. Ali Pastorini é uma das mulheres mais influentes no setor:

A Rapaport, revista de grande revelância no segmento joalheiro, em sua edição de outubro de 2016 colocou ela como uma das maiores influentes no setor, e no mês de novembro de 2017, o site de notícias GemKonnnect, especializado em gemas e diamantes, a colocou na lista de maiores formadores de opinião (entre homens e mulheres). (MUJERES BRILLANTES, 2018).

## 6.2 Empreendedorismo Feminino: MM360

O (MM360) Movimento Mulher 360 tem como objetivo contribuir para o empoderamento econômico feminino. Visa ser um Centro de Referência para empresas, organizações sociais e a sociedade, buscando a equidade de gênero no ramo do empreendedorismo. O movimento tem suas atividades em três pilares de atuação, a seguir em direção ao empoderamento feminino, que são: Fomento: estimular a discussão e trocas de informações para potencializar a construção de inteligência coletiva e avanços das práticas empresariais; Sistematização: organizar conhecimentos e práticas acumulados pelas empresas para torna-las vetores das tendências e avanços da área; Disseminação: difundir o conhecimento e práticas organizadas e produzidas pelo (MM360) para influenciar positivamente a comunidade empresarial e a sociedade como um todo (MOVIMENTO MULHER 360, 2018).

A associação Mujeres Brillantes tem parceria com o Movimento Mulher 360, essa relação começou com o convite do (MM360) em conhecer de perto a história da presidente do grupo, segundo a MuBri (Mujeres Brillantes), que já defendia à nível mundial a equidade de gênero, cujo tema também era abordado por ele: “A partir de então era realizado debates para ver o melhor a se fazer no Brasil para o desenvolvimento gestorial da mulher no mundo corporativo.” (MUJERES BRILLANTES, 2018). Ambas as organizações mostram juntas que o empoderamento quando envolve sororidade e a união entre movimentos para uma ascensão, atingem o objetivo mais rapidamente e com maior sucesso.

## 7 PRINCÍPIOS DE EMPODERAMENTO

Conceitos ligados diretamente ao feminismo dentro das indústrias estão sendo utilizados pela ONU Mulheres para as organizações signatárias<sup>5</sup> assumirem um compromisso com a causa. Segundo o Movimento Mulher 360 (2018), as grandes empresas que fazem parte disso são: Laboratório Sabin; IBM Brasil; Itaú Unibanco; Dell Computadores do Brasil; Magazine Luiza; Grupo Segurador Banco do Brasil e Mapfre (Mapfre Seguros gerais S.A.); Mc Donald's; Banco Santander; Accenture do Brasil; Atento Brasil; Whirlpool. E a empresa de médio porte é a Pandora do Brasil (MOVIMENTO MULHER 360, 2018).

Os Princípios enfatizam o caso de negócio de ação corporativa para promover a igualdade de gênero e o empoderamento das mulheres, e se baseiam em práticas de negócios e insumos da vida real colhidos do mundo todo. Os Princípios de Empoderamento das Mulheres buscam apontar a melhor prática, trabalhando com a dimensão de gênero da responsabilidade, do Pacto Global da ONU e o papel do meio empresarial no desenvolvimento sustentável. Além de ser um guia útil para as empresas os Princípios procuram subsidiar outros stakeholders, incluindo os governos, em seu envolvimento com o meio empresarial. (MOVIMENTO MULHER 360, 2018).

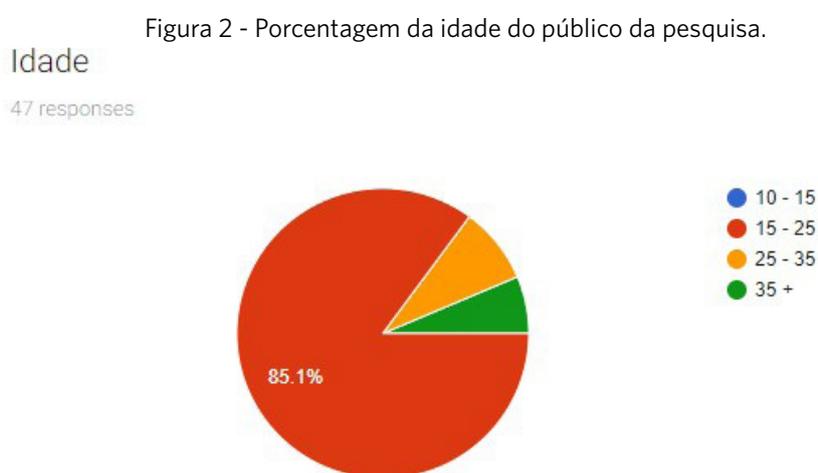
Os princípios de empoderamento são sete: Liderança: estabelecer uma liderança corporativa de alto nível para a igualdade entre gêneros; Igualdade de oportunidade, inclusão e não discriminação: tratar todos os homens e mulheres de forma justa no trabalho – respeitar e apoiar os direitos humanos e a não discriminação; Saúde, segurança e fim da violência: assegurar a saúde, a segurança e o bem estar de todos os trabalhadores e trabalhadoras; Educação e formação: promover a educação, a formação e o desenvolvimento profissional para as mulheres; Desenvolvimento empresarial e práticas da cadeia de fornecedores: implementar o desenvolvimento empresarial e as práticas da cadeia de abastecimento e de marketing que empoderem as mulheres; Liderança comunitária e engajamento: promover a igualdade através de iniciativas comunitárias e de defesa; Acompanhamento, medição e resultado: medir e publicar relatórios dos progressos para alcançar a igualdade entre gêneros. (MOVIMENTO MULHER 360, 2018).

---

5 Signatário: é a condição de um indivíduo apto a assinar um documento subscrevendo assim o teor do seu conteúdo. Uma pessoa jurídica ou uma nação também podem ser signatários. (SIGNATÁRIO..., 2018).

## 8 A VISÃO DA SOCIEDADE SOBRE O ASSUNTO

Para comprovar o que está presente neste artigo, com base no pensamento da sociedade, realizou-se uma pesquisa de campo. Os temas principais das perguntas foram o empoderamento feminino no setor joalheiro e visão social sobre a mulher. O questionário, feito pelo Google Forms, foi realizado do dia 5 até 18 de agosto, e foi divulgado em redes sociais, com o objetivo de atingir um público jovem até meia idade. Foram 7 perguntas no total, divididas em 3 categorias, sendo elas: perguntas sobre desigualdade de gênero, conhecimento sobre o feminismo e mulheres no setor joalheiro. Sobre os entrevistados 59,6% foram de mulheres e 40,4% de homens, e em sua maioria de idade entre 15 e 25 anos, como mostra o gráfico a seguir:



Fonte: Do Autor.

Ainda sobre perfil dos entrevistados, notou-se que 55,3% do público possui o ensino médio completo, seguido por 38,3% com ensino e 6,4% com mestrado ou doutorado completo.

A maioria absoluta dos entrevistados (97,9%) apoia a existência do empoderamento feminino. Já a respeito da sua necessidade 97,8% justificam que as mulheres devem lutar por seus direitos e que a igualdade é o caminho para o futuro.

É alarmante perceber que 91,5% dos entrevistados afirmam ter testemunhado um episódio de violência contra a mulher (seja ela física, moral ou verbal). Muitas vezes as mulheres têm sua voz negada em tomadas de grandes decisões, ao abordar o assunto em uma das questões percebe-se que do total, 91,5% das pessoas presenciaram uma cena de menosprezo à uma opinião feminina.

A gaúcha Ali Pastorini, anteriormente citada no texto, é um destaque no setor joalheiro, e apesar de estar no topo, reconhece o quão difícil é ter um cargo tão alto, sendo uma mulher. De acordo com as pesquisas 39,2% das pessoas acreditam que mulheres e homens possuem a mesma chance de alcançar altos cargos, enquanto 60,7% tem consciência de que existe uma vasta quantidade de empecilhos para uma mulher no mercado de trabalho.

Apesar do público pesquisado ser bastante jovem, a maioria presenciou cenas de violência e menosprezo quanto as opiniões das mulheres, o que mostra o quanto a sociedade precisa evoluir neste sentido. Porém é animador observar que a maioria apoia o empoderamento feminino e luta das mulheres por igualdade.

## 9 CONCLUSÃO

As mulheres já tiveram papéis sociais que as denegriram e inferiorizaram, mas atualmente o papel de “dona-de-casa” está se transformando para “dona-de-sí”, elas estão ganhando espaço na sociedade e principalmente na indústria. O mercado de trabalho, apesar de ainda ser desigual na questão de gênero sexual em altos cargos, está abrindo espaço para a equidade entre homem e mulher.

Projetos como Movimento Mulher 360 contribuem para conscientização da importância dessa prática para a evolução do mundo dos negócios. Projetos como Mujeres Brillantes revelam como é essencial a quebra da cultura machista, para dar espaço ao empoderamento feminino, sendo ele tão benéfico para o setor joalheiro.

O feminismo se trata dos mesmos direitos para homens e mulheres e, quanto mais ele se insere no ramo de joias, mais vantagens são adquiridas tanto por quem compra esses produtos quanto por quem produz. Esta prática no mercado de trabalho, de equiparar as oportunidades de ambos os sexos, além do ramo joalheiro, é essencial para que o padrão criado no passado sobre papel social de determinado gênero seja desmistificado, que seja possível escolher qual ramo seguir profissionalmente independente do sexo ao qual a pessoa pertencer.

Dessa forma, torna-se notável a contribuição que a Equipe Mujeres Brillantes prestou para a obtenção de informações sobre a prática de atos que contribuam para o empoderamento feminino no setor joalheiro, cedendo informações essenciais para a compreensão do funcionamento no mercado de joias, e confirmando que a organização possui adesão de empresas grandes que

unindo-se conseguem perceber que ser imparcial ao fato da pessoa ser homem ou mulher, é tão benéfico para o mercado de negócios, quanto prosseguir com a cultura machista por gerações futuras.

Também notável, foi o questionário realizado, que resultou uma afirmação de que as pessoas têm a consciência sobre o todo o processo cultural pelo qual passam, e presenciam ou sofrem com isso, sendo vítimas ou espectadores, contudo não pesquisam as organizações existentes de incentivo ao empoderamento feminino, por falta de divulgação. É necessário praticar o empoderamento, e é com informação, sobre o passado social e as lutas feministas do presente, e também com ações que a igualdade entre gêneros ocorre, sendo possível se juntar a associações como a Mujeres Brillantes ou Movimento Mulher 360. Para isso este artigo foi confeccionado, informar e apresentar os movimentos existentes a favor do empoderamento feminino no setor joalheiro.

## REFERÊNCIAS

- ALI Pastorini fala sobre a falta de representantes femininas em altos cargos da Joalheria no mundo. Caras Digital, São Paulo, SP, 8 mar. 2018. Estilo. Disponível em: <https://bit.ly/2N33BKc>. Acesso em: 30 abr. 2018.
- ALMEIDA, Cássia. Mulheres estão em apenas 37% dos cargos de chefia nas empresas: no setor público, elas são apenas 21,7%. O Globo, São Paulo, 5 mar. 2017. Disponível em: <https://glo.bo/2pUVLrq>. Acesso em: 30 abr. 2018.
- BRASIL. Lei nº 11.340, de 7 de agosto de 2006. Lei Maria da Penha - Lei 11340/06. Brasília, DF: Presidência da República, 2006. Disponível em: <https://bit.ly/2hvN9Yw>. Acesso em: 30 abr. 2018.
- BRASIL. Serviços para o Cidadão. Conheça as principais lutas e conquistas das mulheres. Brasília, DF, 23 dez. 2017. Disponível em: <https://bit.ly/2Q6IGb0>. Acesso em 30 abr. 2018.
- BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Eleitor e Eleições. Voto da mulher. Brasília, DF: TSE, 2014. Disponível em: <https://bit.ly/2xQdLs5>. Acesso em: 1 maio 2018.
- CHAUÍ, Marilena. Repressão sexual: essa nossa (des)conhecida. 9. ed. São Paulo: Brasiliense, 1984.
- DESMOND, Morris. A mulher nua: um estudo do corpo feminino. Tradução de Eliana Rocha. 4. ed. São Paulo: Globo, 2005. Título original: The naked woman.
- DRIELY, a Designer. A mulher como consumidora e trabalhadora do mercado de joias finas. A Empreendedora, Curitiba, 11 abr. 2017. Disponível em: <https://bit.ly/2nfyTmM>. Acesso em: 1 maio 2018.
- EMPRESÁRIA cria Grupo para empoderar mulheres no setor de joias. Movimento Mulher 360, 3 mar. 2017. Disponível em: <https://bit.ly/2DyBPpk>. Acesso em: 30 abr. 2018.
- FEMINISMO. In: SIGNIFICADOS. Disponível em: <https://www.significados.com.br/feminismo>>. Acesso em: 30 abr. 2018.
- FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. Dicionário Aurélio da língua portuguesa. Curitiba, PR: Editora Positivo, 2010.
- LIPOVETSKY, Gilles. A terceira mulher: permanência e revolução do feminino. Tradução de Maria João Batalha Reis. Lisboa, PT: Gallimard, 1997. Título original: La Toistème Femme.
- MACHISMO. In: SIGNIFICADOS. Disponível em: <https://significados.com.br/machismo>. Acesso em: 30 abr. 2018.
- MORENO, Renan de Marchi. A eficácia da Lei Maria da Penha. DireitoNet, São Paulo, SP, 20 nov. 2014. Direito Penal. Disponível em: <https://bit.ly/2JLdPNZ>. Acesso em: 5 ago. 2018.

MOVIMENTO MULHER 360. Disponível em: <https://bit.ly/2OOpjDo>. Acesso em: 1 maio 2018.

MUJERES BRILLANTES. História das mujeres brillantes. Disponível em: <https://www.mubri.com/historia>. Acesso em: 30 abr. 2018.

OBSERVE. Observatório Lei Maria da Penha. Salvador, BA: NEIM/UFBA, 2018. Disponível em: [http://www.observe.ufba.br/lei\\_mariadapenha](http://www.observe.ufba.br/lei_mariadapenha). Acesso em: 27 set. 2018.

PASTORINI, Ali. Brillantes, mujeres. [Entrevista cedida a] Ana Beatriz Avelino Barbosa. Cianorte, 1 maio 2018. 1 mensagem eletrônica.

RIBEIRO, Paulo Silvino. O papel da mulher na sociedade. Brasil Escola, Goiânia - GO, 2018. Sociologia. Disponível em: <https://bit.ly/2N54NMZ>. Acesso em: 30 abr. 2018.

SALEM, Carlos. Joias: criação e design. 2. ed. São Paulo: 2000 Joias, 1998.

SANTOS, Guilherme. Empoderamento feminino na indústria brasileira é tema da ONU Mulheres. Automação Industrial, São Paulo, SP, 8 mar. 2018. Disponível em: <https://bit.ly/2Ik1TDq>. Acesso em: 30 abr. 2018.

SENA - Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial. Joias: traduções & inspirações. São Paulo, SP: SENAI-SP Editora, 2013.

SIGNATÁRIO. In: DICIO, dicionário online de português. Matosinhos, PT: 7 Graus, 2018. Disponível em: <https://bit.ly/2xHg1mi>. Acesso em: 1 maio 2018.

Data de submissão: 2018-09-29

Data de aceite: 2019-01-10