

OS TABUS DA MULHER DA GERAÇÃO Y NO MERCADO DE TRABALHO ATUAL

Andressa Clara de França¹
João Vitor Pereira Ukracheski²
Dori Luiz Tibre Santos³

INTRODUÇÃO

A geração Y corresponde à grande parte dos profissionais ativos no mercado de trabalho, sendo constituído não apenas por homens, mas também por mulheres. Mesmo com os avanços sociais ao longo do desenvolvimento da história sobre o papel da mulher na sociedade, ainda é possível encontrar alguns tabus que norteiam o mercado de trabalho, de forma clara ou muitas vezes encobertas por ações e atitudes de seus pares.

Partindo da realidade em que foi descrita, pode-se delimitar como objeto de pesquisa 82 mulheres da geração Y, residentes da cidade de Curitiba e região metropolitana, que responderam de forma voluntária o questionário de pesquisa, entre março de maio de 2016.

A hipótese que orienta o estudo é que ainda existem tabus a serem discutidos e desconstruídos em relação ao papel ativo das mulheres, não apenas no mercado de trabalho, como também em outras frentes em que ela representa um papel participante.

Os objetivos gerais do trabalho visam compreender como a mulher da geração Y, atuante na sociedade, se vê em meio a tantos papéis e opções que pode vir a desempenhar, frente a sua carreira, família, sexualidade, desenvolvimento acadêmico, e como os outros a veem nesse meio. Além de buscar o entendimento sobre como ela equilibra seus papéis sociais diante de tantos estímulos e escolhas que possam ser feitas,

¹ Aluna do 10º período do curso de Psicologia da FAE Centro Universitário. Voluntária do Programa de Apoio à Iniciação Científica (PAIC 2015-2016). *E-mail:* andressaclaraf@gmail.com

² Aluno do 6º período do curso de Psicologia da FAE Centro Universitário. Bolsista do Programa de Apoio à Iniciação Científica (PAIC 2015-2016). *E-mail:* joaoukracheski@gmail.com

³ Mestre em Educação pela Universidade Federal do Paraná. *E-mail:* doriluz@gmail.com

ligado diretamente com as opiniões que vêm juntas. Visou-se identificar qual o olhar das mulheres da geração Y acerca de seu papel atuante na sociedade, analisar como ela percebe sua atuação no mercado de trabalho, além de conhecer os tabus sociais que a mulher da geração Y sofre no mercado de trabalho atual.

1 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Segundo Cennamo e Gardner (2008 apud VELOSO; SILVA; DUTRA, 2012), os jovens da geração Y não estão em busca de estabilidade e conhecimento fixo adquiridos em uma única função, e, sim, eles buscam por novidades, crescimento e desenvolvimento de uma carreira repleta de desafios e conquistas, baseado no quê e porquê eles sabem fazer e não pela rede de contatos desenvolvida ao longo do período trabalhado.

É possível verificar, por meio das vagas do mercado, a procura e a expectativa dos jovens da geração Y em encontrar oportunidades que propiciem um ambiente de decisões rápidas e com gestão de carreiras, além de chances de desenvolver novas atividades e funções que os desafiem.

Segundo dados do Censo de 2010, a geração Y corresponde aproximadamente 26% da população total, sendo cerca de 13,2% mulheres (IBGE, 2010). Mesmo com um número significativo de representantes, encontram-se poucas pesquisas e estudos sobre a geração, e menos ainda sobre os gêneros.

Em paralelo a isso, desde 1970 as mulheres vêm conquistando um espaço no mercado de trabalho e atuando em profissões que até então eram consideradas “masculinas”, como engenharias e afins (CHIES, 2010). No entanto, ainda era possível perceber as diferenças e hierarquias de poder, em que essas mulheres respondiam exclusivamente aos homens, que eram os detentores do poder (CHIES, 2010). Segundo Ramos, Aguas e Furtado (2011, p. 596), isto se comprova com o: aproveitamento da capacidade laboral das mulheres no mercado de trabalho brasileiro, na medida em que as taxas femininas são bem menores que as observadas para os países industrializados, bem como ficam abaixo das reportadas para os homens.

Ainda conforme Ramos, Aguas e Furtado (2011), existiam discrepâncias salariais e de oportunidades de carreira entre homens e mulheres, que acentuavam ainda mais as ditas diferenças entre os gêneros.

No entanto, por volta de 46 anos depois do início desses movimentos, ainda existem diferenças salariais, de oportunidades e de cargos no mercado de trabalho. No

The Global Gender Gap Report (Índice Global de Desigualdades de Gênero), divulgado em 2015, são apresentados indicadores que comprovam as diferenças encontradas no mercado para homens e mulheres, além de apresentar um ranking com os países onde existem menores níveis de desigualdade, assim como o inverso.

Esse relatório é constituído e avaliado por meio de quatro indicadores: Participação Econômica e oportunidades (salários, participação das mulheres no mercado de trabalho); Nível de Educação (comparação entre a educação ofertada aos homens e às mulheres); Saúde e Sobrevivência (taxas de natalidade e mortalidade de homens e mulheres); e Poder Político (mulheres atuantes e reconhecidas na política). De acordo com o levantamento, o Brasil se encontra na 85ª posição em relação à desigualdade de gênero, 14 posições abaixo do que se encontrava em 2014 (THE GLOBAL GENDER GAP REPORT, 2015).

2 METODOLOGIA

Para a obtenção das informações necessárias no decorrer da pesquisa, foram utilizados métodos de coleta de dados e levantamento bibliográfico, que ao longo do processo de construção dos resultados, utilizou-se de tais conhecimentos para a formulação do conhecimento e das considerações finais.

O público-alvo da pesquisa são mulheres da geração Y, nascidas entre 1977 a 1997 (TAPSCOTT, 2010), ativas no mercado de trabalho entre os meses de janeiro e fevereiro de 2016, residentes em Curitiba-PR. Por meio desse público, serão encaminhados questionários *on-line* (Google Drive) para lançamento e controle dos dados. Obteve-se a amostra de 82 mulheres respondentes.

O método de coleta de dados utilizado foi um questionário elaborado pela pesquisadora, que, segundo Silva (2005, p. 108): “é uma relação de perguntas que o entrevistado responde sozinho, assinalando ou escrevendo as respostas”. O questionário possibilita maior impessoalidade, assim como a manutenção do sigilo de quem o responde.

Para a obtenção dos resultados, será realizada a tabulação das respostas adquiridas por meio da ferramenta Excel, onde os dados recebidos serão exportados em um arquivo para gerar um relatório com os gráficos a serem analisados.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Em relação à estrutura familiar das respondentes, 35% delas são casadas, 55% solteiras, 5% com união estável, 4% amasiadas e 1% classificou como outro. Já 87,8% não possuem filhos. Assim, 63,4% se sentem sobrecarregadas pelos papéis que exercem conjuntamente, mesmo que a maioria das respondentes (57,5%) tenha afirmado que recebe ajuda frequentemente para cumpri-los. Entre os papéis com maior frequência conciliados entre as respondentes estão filha (28%), estudante (25%) e dona de casa (24%).

Sobre a atuação profissional nos últimos cinco anos, 98,8% relataram que tiveram atividade laboral remunerada, sendo que 41,5% estão trabalhando há mais de 36 meses na mesma empresa. Como resultado disso, 84,6% das mulheres respondentes entendem seus cargos como femininos. Atualmente, 64,6% delas possuem chefia feminina.

Em relação aos tabus que as mulheres da geração Y ainda enfrentam no mercado de trabalho, durante sua experiência profissional, 40% das respondentes já se sentiu intimidada ou prejudicada por ser mulher. Entre os comentários que sofreram, os mais frequentes eram: diferenciação em cargos e salários, desvalorização do perfil emocional, aparência (tanto cobrança, como concorrência com outras mulheres), perda da credibilidade frente a clientes e colaboradores/pares, autoritarismo exacerbado dos gestores, assédio sexual por atuar em outros papéis sociais, e até mesmo como uma crítica à pesquisa, por ter que definir seu cargo como feminino ou masculino.

Em contrapartida, 80,5% responderam que acreditam ainda existir preconceito em relação às mulheres no mercado de trabalho. Dessas, 55% não sofreram na sua prática profissional até hoje, mas acreditam também nessa afirmativa. Isso ocorre devido aos exemplos que elas já perceberam ou percebem no mercado de trabalho atual, por exemplo, “Temos que provar todo momento que somos capazes, a cobrança é diária”, “As mulheres normalmente não são as primeiras opções para cargos de chefia e, quando são nomeadas, têm que provar constantemente que têm capacidade para estar em tal posição, coisa que não acontece se a situação for o inverso”, “Muitas vezes sua capacidade é questionada simplesmente por ser mulher”, “Há áreas que são consideradas mais masculinas, nas quais acredito ser mais difícil a inserção. Além disso, acredito que há ainda muito machismo nas empresas, que pode aparecer como preferir não contratar uma mulher que possa vir a ter filhos, como assédio sexual e etc”.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

São incalculáveis os avanços que as mulheres conseguiram dar, ao longo da história, em seu potencial de escolha e administração de suas vidas/carreiras. No entanto, mesmo frente a essas conquistas, ainda é possível verificar a insatisfação de muitos, e até mesmo a insistência de permanecer escolhendo por esta mulher, colocando-a em uma posição de inferioridade frente àquilo que ela “não tem” poder. Essas imposições eram aceitas e até mesmo justificadas pelo tempo em que ocorriam, pelas posições sociais e pela moral regida na época. Porém, como foi possível ver com esta pesquisa, muitas dessas questões ainda estão presentes na sociedade.

A geração Y, conhecida por quebrar barreiras, ainda se sujeita a aceitar as coisas “como elas são”, indo contra uma de suas características, que é a de contestar o porquê de algo, mas parece ainda ser muito influenciada pelas crenças das gerações anteriores advindas de seus pais e avós, e que também em parte dos casos é a de seus gestores atuais. Com todo o poder de comunicação e de receber conhecimento atual, ainda percebe-se ausência de um olhar crítico e desafiador da geração Y, frente ao que já está posto.

REFERÊNCIAS

- BARBATO, S.; CAIXETA, E. Identidade feminina – um conceito complexo. **Paideia**, Brasília, v. 14, n. 28, p. 211-220, 2004. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/paideia/v14n28/10.pdf>>. Acesso em: 6 set. 2015.
- CAVAZOTTE, F. de S. C. N.; LEMOS, A. H. da C.; VIANA, M. D. de A. Novas gerações no mercado de trabalho: expectativas renovadas ou antigos ideais? **Caderno EBAPE**, Rio de Janeiro, v. 10, n. 1, p. 162-180, 2012.
- CHIES, P. V. Identidade de gênero e identidade profissional no campo de trabalho. **Estudos feministas**, Florianópolis, v. 18, n. 2, p. 507-528, maio/ago. 2010. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ref/v18n2/13.pdf>>. Acesso em: 13 dez. 2015.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Censo 2010**. Distribuição da população por sexo, segundo os grupos de idade. Disponível em: <<http://www.censo2010.ibge.gov.br/sinopse/webservice>>. Acesso em: 15 set. 2015.
- MINELLA, K. M.; BORGES, M. de L.; KARAWEJCZYK, T. C. Gênero na geração Y: características das mulheres no ambiente de trabalho. **Revista de Gestão do Unilasalle**, Canoas, v. 2, n. 1, 2013.
- OLIVEIRA, S. R. de; PICCININI, V. C.; BITENCOURT, B. M. Juventude, gerações e trabalho; e possível falar em geração Y no Brasil? **Organização e sociedade**, Salvador, v. 19, n. 62, p. 551-558, jul./set. 2012. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/osoc/v19n62/10.pdf>>. Acesso em: 10 set. 2015.
- POSSATTI, I. C.; RIQUE, M. Multiplicidade de papéis da mulher e seus efeitos para o bem-estar psicológico. **Psicologia: reflexão e crítica**, v. 15, n. 2, p. 293-301, 2002. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/prc/v15n2/14353.pdf>>. Acesso em: 6 set. 2015.
- RAMOS, L.; AGUAS, M. F. F.; FURTADO, L. M. de S. Participação feminina na força de trabalho metropolitano: o papel do status socioeconômico das famílias. **Economia Aplicada**, São Paulo, v. 15, n. 4, p. 595-611, out./dez. 2011. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ecoa/v15n4/04.pdf>>. Acesso em: 18 jan. 2016.
- SANTOS, A. R. dos. **Metodologia científica**: a construção do conhecimento. 7. ed. Rio de Janeiro: Lamparina, 2007.
- SILVA, M. A. F. da. **Métodos e técnicas de pesquisa**. Curitiba: IBPEX, 2005.
- TAPSCOTT, D. **A hora da geração digital**. Rio de Janeiro: Agir, 2010.
- THE GLOBAL GENDER GAP REPORT 2015. Disponível em: <<http://www3.weforum.org/docs/GGGR2015/cover.pdf>>. Acesso em: 2 fev. 2016.
- VELOSO, E. F. R.; SILVA, R. C. da; DUTRA, J. S. Diferentes gerações e percepções sobre carreiras inteligentes e crescimento profissional nas organizações. **Revista Brasileira de Orientação Profissional**, Ribeirão Preto, v. 13, n. 2, p. 197-207, jul./dez. 2012. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=203024746007>>. Acesso em: 10 out. 2015.