

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

Andressa Clara de França<sup>1</sup>

João Vitor Pereira Ukracheski<sup>2</sup>

Dori Luiz Tibre Santos<sup>3</sup>

## RESUMO

A geração Y corresponde à grande parte dos profissionais ativos no mercado de trabalho. Essa geração é conhecida e marcada pelas quebras e mudanças de paradigmas das gerações anteriores. Mesmo com esse perfil mais ativo, ainda encontra dificuldades para relacionar com as gerações atuantes, além de enfrentar antigos estigmas ainda atuais. Partindo desses estigmas ainda mantidos, encontra-se a atuação da mulher da geração Y no mercado de trabalho. Atualmente, cerca de 50 anos depois do início dos movimentos a favor dos direitos das mulheres, ainda existem diferenças salariais, bem como de oportunidades e de cargos no mercado de trabalho atual. Desse modo, o objetivo geral desta pesquisa é compreender como a mulher da geração Y, atuante na sociedade, se vê em meio a tantos papéis e opções que pode vir a desempenhar entre as possibilidades existentes; busca, também, identificar a percepção das mulheres sobre seu papel na sociedade, isto é, como elas percebem a sua atuação profissional; além disso, almeja-se conhecer os tabus que essas mulheres ainda sofrem no mercado de trabalho. Para a obtenção das informações necessárias, foram aplicados questionários *on-line* para as participantes, contendo 18 questões (5 discursivas e 13 objetivas), que serviram como referência para a formulação do conhecimento e das conclusões geradas. A amostra de respondentes da pesquisa foi de 82 participantes e foi possível observar as perspectivas das entrevistadas acerca de sua atuação, cargo, atividades, papéis exercidos e a existência de desigualdade de gêneros no ambiente organizacional.

Palavras-chave: Geração Y. Mulheres. Mercado de Trabalho.

<sup>1</sup> 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

<sup>2</sup> 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

<sup>3</sup> Mestre em Educação pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). Psicólogo clínico particular. *E-mail*: doriluz@gmail.com

## INTRODUÇÃO

A geração Y corresponde à maioria dos profissionais ativos no mercado de trabalho, sendo constituída 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 formas claras ou muitas vezes encobertas por ações e atitudes de seus pares.

Essa geração é conhecida e marcada pelas quebras e mudanças de paradigmas das gerações anteriores; conhecida também pelo seu dinamismo e atualização constante. Trata-se de uma geração em busca do novo, do atual, da diversificação. Mesmo com esse perfil mais ativo, ainda encontra dificuldades em se relacionar com as gerações atuantes, além de enfrentar **antigos estigmas ainda atuais**. Inserida na geração Y, se vê também a mulher que, frente aos estímulos que recebe, encontra a possibilidade de desempenhar diversos papéis ao mesmo tempo, mas que enfrenta dificuldades em conciliá-los de forma autônoma e com as cobranças que recebe dos meios em que atua (família, trabalho, universidade, entre outros).

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

Por meio deste estudo, espera-se consolidar os conhecimentos sobre as mulheres da geração Y, seus papéis e o que ainda se espera que avance em relação aos tabus encontrados no mercado de trabalho, suas principais dificuldades, além de ampliar o olhar para as características da geração Y atuante, compreendendo as dificuldades que ainda estão presentes no cotidiano, além de identificar os tabus ainda existentes (ou não) na atuação profissional da geração Y. Sendo assim, é possível encontrar ainda hoje, no século XXI, incoerências e preconceitos entre homens e mulheres?

A seguinte hipótese orienta este estudo: Existem ainda 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 são:

- 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 também como os outros a veem nesse meio;

- entender como ela equilibra esses papéis sociais, diante de tantos estímulos e escolhas que possam ser feitas, interligado diretamente com as opiniões das pessoas com as quais convive.

Tais objetivos serão atingidos a partir dos objetivos específicos, necessários para o desenvolvimento da pesquisa, ou seja:

- identificar qual o olhar das mulheres da geração Y acerca de seu papel atuante na sociedade;
- analisar como ela percebe sua atuação mercado de trabalho;
- conhecer os tabus sociais que a mulher da geração Y sofre no mercado de trabalho atual.

Ao término da pesquisa, espera-se compor um estudo que apresente quais as principais dificuldades das mulheres da geração Y no mercado de trabalho, ou seja, se eles ainda existem e em que afetam o desenvolvimento das atividades dessas mulheres. Espera-se também contribuir para a comunidade acadêmica com novas propostas de intervenção e estudo que busquem diminuir ainda mais os tabus enfrentados pelas mulheres na sociedade, em todos os meios em que permanecem ativas e atuantes.

## 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, pois buscam novidades, crescimento e desenvolvimento de uma carreira repleta de desafios e conquistas, baseada no que e porque eles sabem fazer, não pela rede de contatos desenvolvida ao longo do período trabalhado. Ainda segundo Veloso, Silva e Dutra (2012):

Conforme a literatura, a geração Y demonstra atitudes de inquietação, contestação e, às vezes, de insubordinação sobre diversos aspectos do cotidiano das organizações atuais. Essa geração rejeita tradicionais intervenções educativas em favor da interatividade e modelagem de formas de aprendizado que atendam suas necessidades.

Os jovens da geração Y buscam o conhecimento para melhor se desenvolverem, e não desenvolverem suas funções, como aconteceu/acontece com as gerações anteriores. Seu foco principal é na gestão de suas carreiras, visando cargos melhores com desafios maiores (VELOSO; SILVA; DUTRA, 2012; CAVAZOTTE; LEMOS; VIANA, 2012). Além

disso, esses cargos vêm a garantir os estilos de vida que eles seguem, como viagens, aperfeiçoamentos e novos conhecimentos, a fim de serem mais bem vistos pelo mercado (VELOSO; SILVA; DUTRA, 2012).

Visto a idade que a geração Y apresenta atualmente, é possível afirmar que com mais frequência eles ocupam cargos de chefia, influenciados pelo seu conhecimento tecnológico, novos valores, pois acabam ditando novas formas de trabalho e liderança (OLIVEIRA; PICCININI; BITENCOURT, 2012).

## 1.1 BREVE HISTÓRICO DO OBJETO DE ESTUDO

É possível verificar, por meio das vagas no mercado, a procura e expectativa dos jovens da geração Y em encontrarem oportunidades que propiciem um ambiente de decisões rápidas, gestão de carreiras, além de oportunidades de desenvolver novas atividades e funções que os desafiem.

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, pois essas mulheres respondiam exclusivamente a homens que eram os detentores do poder (CHIES, 2010). Segundo Ramos, Aguas e Furtado (2011, p. 596), isto se comprova no

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

No entanto, atualmente, aproximadamente 46 anos depois do início desses movimentos, ainda existem diferenças salariais, de oportunidades e de cargos no mercado de trabalho atual. 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 e, além disso, um *ranking* com os países onde existem menores níveis de desigualdade, assim como o inverso.

## PLANILHA 1 – Ranking

País	Índice Global		Participação Econômica e Oportunidade		Realização Educacional		Saúde e Sobrevivência		Capacitação Política	
	C*	P**	C	P	C	P	C	P	C	P
Islândia	1	0.881	5	0.836	1	1.000	105	0.970	1	0.719
Noruega	2	0.850	1	0.868	32	1.000	70	0.974	3	0.559
Finlândia	3	0.850	8	0.815	1	1.000	1	0.980	2	0.607
Suécia	4	0.823	4	0.836	54	0.996	71	0.974	5	0.486
Irlanda	5	0.807	26	0.777	44	0.998	56	0.979	6	0.474
Ruanda	6	0.794	14	0.808	112	0.994	91	0.972	7	0.452
Filipinas	7	0.790	16	0.799	34	1.000	1	0.980	17	0.382
Suíça	8	0.785	17	0.798	69	0.993	74	0.974	18	0.376
Eslovênia	9	0.784	24	0.778	29	1.000	79	0.973	16	0.385
Nova Zelândia	10	0.782	30	0.768	1	1.000	105	0.970	15	0.390
Brasil	85	0.686	89	0.642	1	1.000	1	0.980	89	0.123

\*Classificação \*\*Pontuação

FONTE: Os autores (2016)

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 a homens e mulheres); saúde e sobrevivência (taxas de natalidade e mortalidade de homens e mulheres); 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..., 2015).

O relatório foi divulgado durante o Fórum Econômico Mundial (novembro/2015), que disponibilizou um aplicativo *on-line* que possibilita ao visitante visualizar quais as características que seu país apresenta a favor ou contra a desigualdade. Em consulta, é possível verificar que: das pessoas que se formam em universidades no Brasil, as mulheres correspondem a 61%; 65% das mulheres brasileiras estão empregadas ou em busca de emprego; nos cargos públicos, as mulheres ocupam 37% das posições; nos ministérios, a presença é de 15% de mulheres. A consulta ainda conclui que, seguindo esse ritmo, o Brasil alcançará a igualdade de gêneros apenas em 2133.

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

Essa geração anseia por novidades, estímulos, reconhecimentos, satisfação e desafios e não está em busca de atividades rotineiras (CAVAZOTTE; LEMOS; VIANA,

2012). Por isso, almeja-se entender como essa relação dinâmica entre o que se espera de uma empresa, e o que realmente se é atendido, vem de encontro com as necessidades e problemas enfrentados pelas mulheres desta geração, e se estes problemas ainda existem.

Para que se possa ter um olhar abrangente sobre as necessidades das gerações, é necessário não apenas estimular conceitos e características teóricas, e sim buscar na prática o que se tem a aprender e delimitar como correto ou não, em vista de contribuir para a mudanças de paradigmas atuais.

Mesmo que as diferenças entre as gerações sejam evidentes nos relacionamentos e nas expectativas, também é possível encontrar semelhanças na forma de trabalho (CAVAZOTTE; LEMOS; VIANA, 2012). No entanto, ainda se há muito o que conhecer para ter um olhar mais abrangente destas características.

## 2 METODOLOGIA

Para a obtenção das informações necessárias no decorrer da pesquisa, foram utilizados métodos de coleta de dados e levantamento bibliográfico, e, ao longo do processo de construção dos resultados, utilizou-se de tais informações para a formulação do conhecimento e conclusões geradas. Com objetivo de proporcionar uma vivência prática ao aluno, a pesquisa acadêmica intermedia essa relação, como proposto por Santos (2007, p. 75):

É, pois, uma atividade pedagógica que visa a despertar o espírito de busca intelectual autônoma. É necessário que se aprendam as formas de problematizar necessidades, solucionar problemas, indicar respostas adequadas, etc. A pesquisa acadêmica é, antes de tudo, exercício, preparação. O resultado mais importante não é a oferta de uma resposta salvadora para a Humanidade, mas a aquisição do espírito e método da indagação intencional.

Para adquirir tais conhecimentos de forma completa, busca realizar-se levantamento de referenciais teóricos e pesquisas com questões de caráter qualitativo e quantitativo, além de entrevistas com profissionais da área. A pesquisa foi realizada entre os meses de janeiro e fevereiro de 2016, sendo o público-alvo da pesquisa mulheres da geração Y, nascidas do ano de 1977 a 1997 (TAPSCOTT, 2010), ativas no mercado de trabalho, residentes de Curitiba-PR, delimitando uma amostra de 100 mulheres. É para este público que serão encaminhados questionários *on-line* para lançamento e controle dos dados.

A pesquisa foi elaborada por meio de uma ferramenta do Google Drive, e contém um termo de livre esclarecimento, perguntas sobre dados sociodemográficos e questões específicas referentes à temática estudada no presente artigo. Além disso, busca-se entrevistar

profissionais de renome na luta a favor das igualdades entre gêneros nas organizações, a fim de verificar o que é feito atualmente para mudar o cenário que encontramos.

Busca-se também realizar entrevistas com profissionais da área que estão nesse recorte da geração e que busquem atuar ou já atuem em cargos de gestão, para verificar se a mulheres da geração Y ainda sofre dos mesmos preconceitos que as gerações anteriores sofriam, e como lidam com isso.

A pesquisa será baseada em um levantamento de dados que consiste em “perguntar diretamente a um grupo de interesse a respeito dos dados que se deseja obter” (SANTOS, 2007, p. 31). Ele pode ser dividido em três etapas, segundo o autor: seleção de uma amostra significativa, aplicação dos formulários ou questionários elaborados e a tabulação dos dados, com discussões e análise dos dados coletados.

O levantamento do referencial teórico busca encontrar os dados já levantados e discutidos sobre a geração Y, a fim de sustentar ou questionar o que já se tem acerca dessa geração.

As pesquisas terão como função realizar um levantamento de dados com profissionais da geração Y que já atuam no mercado de trabalho para verificar os anseios e questões que elas identificam como prejudiciais no desenvolvimento de suas atividades, além de verificar, segundo a percepção delas, como algumas atitudes podem ser mudadas e encaminhadas para a mudança.

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. De acordo com esse autor:

O questionário é elaborado de modo a parecer (ser) impessoal. Ao que os respondentes sintam mais impessoalidade ajuda a avaliar de maneira uniforme os resultados obtidos. Além disso, não é necessário que o responde deixe seu nome ou qualquer outra identificação. O anonimato faz com que fiquem confiantes, dando respostas verdadeiras (SILVA, 2005, p. 108-109).

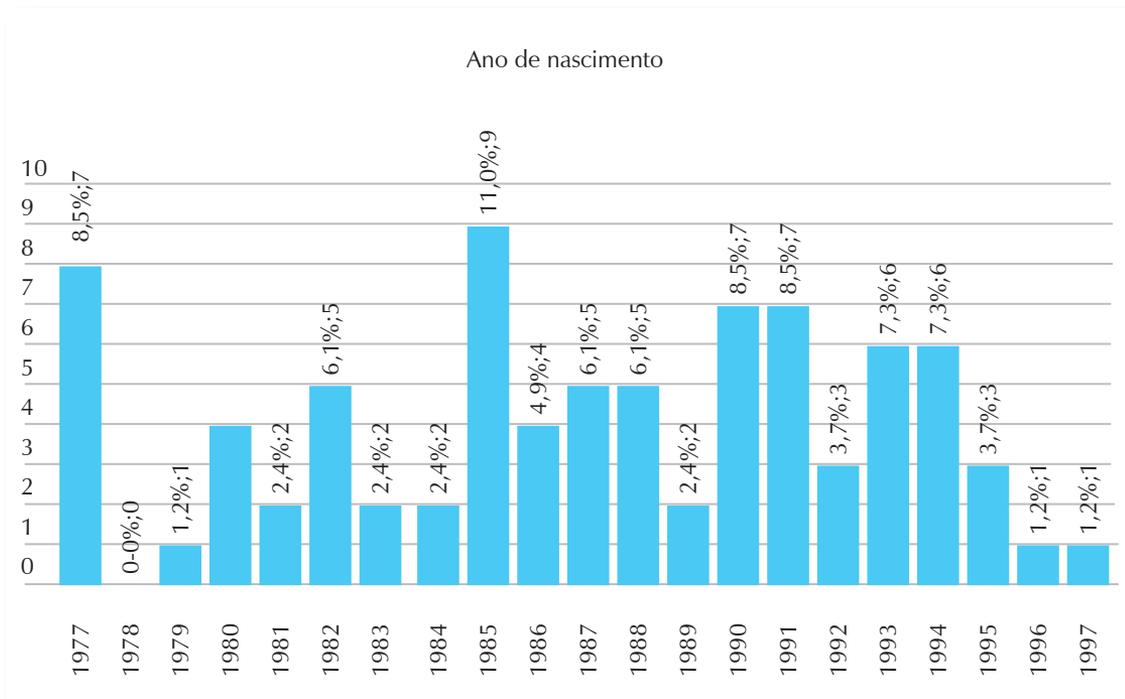
As questões de caráter quantitativo “descrevem os fatos por meio de métodos estatísticos” (SILVA, 2005, p. 82), busca-se, através desse método, a relação entre variáveis, o motivo ou consequência que leva a algum acontecimento específico e as repetições em que o fenômeno ocorre.

Para a obtenção dos resultados, foi realizada a tabulação das respostas, isso pela ferramenta Excel. Os dados recebidos foram exportados em um arquivo e lançados, para finalmente poder extrair um relatório com os gráficos a serem analisados com as respostas obtidas.

### 3 ANÁLISE DOS RESULTADOS

A pesquisa foi respondida por 96 mulheres com idade entre 19 e 39 anos (nascidas entre 1977 e 1997). No entanto, a amostragem foi reduzida para 82, pois 14 delas não residiam em Curitiba e região metropolitana, como delimitado pela pesquisa.

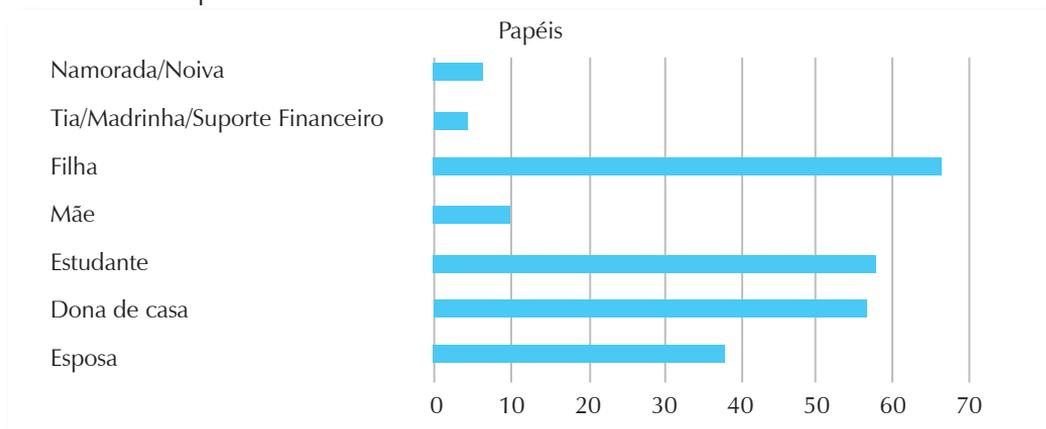
GRÁFICO 1 – Ano de nascimento



FONTE: Os autores (2015)

Em relação à estrutura familiar, 35% são casadas, 55% solteiras, 4% amasiadas, 5% com união estável e 1% classificou como outro; 87,8% não têm filhos, 4,9% têm um filho, 4,9% têm dois filhos e 2,4% têm três filhos; 63,4% das entrevistadas sentem-se sobrecarregadas pelos papéis que exercem conjuntamente, mesmo que a maioria delas (57,5%) tenham respondido que recebem ajuda frequentemente para cumpri-los. Entre os papéis com maior frequência conciliados entre as entrevistadas estão filha (28%), estudante (25%) e dona de casa (24%).

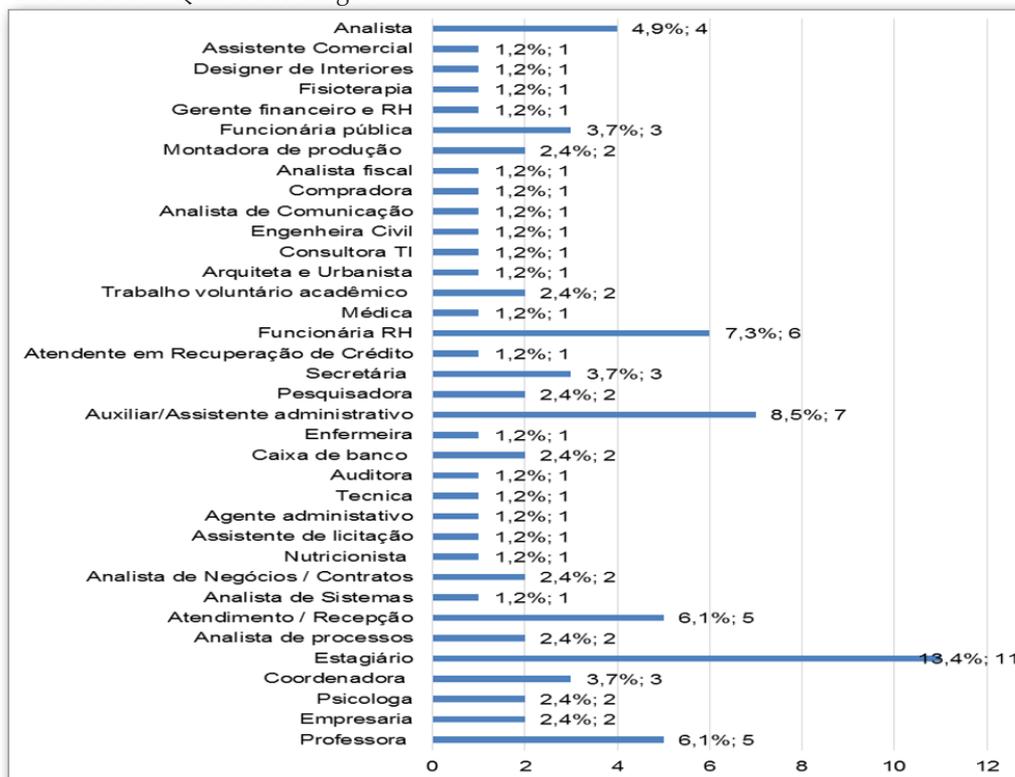
GRÁFICO 2 – Papéis



FONTE: Os autores (2015)

Sobre a escolaridade e atuação no mercado de trabalho, 8,5% relatam ter ensino médio completo, 34,1% superior incompleto, 41,5% superior completo e 15,9% pós-graduação. Sobre a atuação profissional nos últimos cinco anos, 98,8% relatou ter estado ativa, e 1,2% não ter tido nenhuma experiência nesse período – 41,5% estão em trabalhando na empresa atual há mais de 36 meses, e 58,5% entre 0 e 36 meses de empresa. Os cargos exercidos por elas estão descritos no GRÁF. 3.

GRÁFICO 3 – Qual o seu cargo?



FONTE: Os autores (2015)

Como resultado disso, 84,6% das mulheres entrevistadas entendem seus cargos como femininos, e 13,4% como masculinos, entre esses cargos, estão: professor, analista de sistemas, auditora, coordenadora de crédito e cobrança, pesquisadora, médica, engenharia civil, compradora. Atualmente 64,6% das entrevistadas têm chefia feminina.

Em relação aos tabus que as mulheres da geração Y ainda enfrentam no mercado de trabalho atual, 59,8% das entrevistadas não se sentiram intimidadas ou prejudicadas por serem mulheres em sua experiência profissional, e 40,0% responderam que sim. Entre as respondentes que afirmaram ter sofrido algum tipo de preconceito, os comentários mais frequentes eram: diferenciação em cargos e salários, desvalorização do perfil emocional, cobrança e concorrência com outras mulheres no que diz respeito à aparência, perda da credibilidade frente a clientes e colaboradores/pares, autoritarismo exacerbado dos gestores, assédio sexual por atuarem em outros papéis sociais, e até mesmo crítica à pesquisa, por precisarem definir seus cargos como “feminino” ou “masculino”.

Em contrapartida, 80,5% responderam que acreditam ainda existir preconceito em relação a mulheres no mercado de trabalho. Dessas, 55% que não sofreram na sua prática profissional até hoje também acreditam que ainda existem preconceitos dentro do ambiente organizacional. Os motivos pelos quais acreditam no vigor de tabus giram em torno também de: conciliar outros papéis sociais, diferenciação em cargos e salários, cobranças em grande parte do tempo para demonstrar a competência, diferenciação das atividades e assédio sexual.

De acordo com os resultados, é possível verificar que, mesmo que as mulheres não passem por nenhuma situação de preconceito em seu ambiente de trabalho, a maioria acredita que ainda existe esse preconceito. Isso ocorre pelos exemplos que elas já perceberam ou percebem no mercado de trabalho atual, por exemplo, os seguintes relatos:

Temos que provar a 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 etc.

Essas afirmativas são confirmadas pelo índice global de desigualdades de gênero (THE GLOBAL GENDER..., 2015), em que é possível verificar a desigualdade entre gêneros ainda em suas atividades, cargos, salários, assédios e até mesmo a não contratação de mulheres por acreditar em uma possível “inferioridade” nas competências e habilidades que o cargo possa exigir. Além disso, essas mesmas desconsiderações com as mulheres, vistas e compreendidas

atualmente, são em muito semelhantes aos desafios que as mulheres encontravam em 1970 e que ainda as colocam muitas vezes em descrédito por exercerem atividades que possam ou não serem consideradas masculinas em ambientes fabris, obras e escritórios.

Ao mesmo tempo, também são questionadas as características que marcam a geração Y, como não aceitar aquilo que está imposto e tentar colocar o novo (VELOSO; SILVA; DUTRA, 2012). Visto que as mulheres entrevistadas são todas desta geração, mais de 80% responderam acreditar que o preconceito ainda existe e em algumas vezes se coloca até mesmo em uma posição passiva, não questionando o que se encontra no mercado, ou vir em busca de quebrar esses paradigmas em torno da sua atuação profissional.

## 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. Desde a aquisição do voto, inserção política, entrada no mercado de trabalho, conquistas de cargos e salários adequados, divisão das tarefas domésticas, a opção de não precisar ser vítima das escolhas impostas pelo outro.

No entanto, mesmo diante dessas conquistas, é possível verificar a insatisfação de muitos, a insistência de permanecer escolhendo por essa mulher e colocando-a em uma posição de inferioridade frente aquilo que ela “não tem” poder. Essas imposições eram aceitadas e até mesmo justificadas pelo tempo em que ocorriam, pelas posições sociais e pela moral regida na época. Porém atualmente, como foi possível verificar nesta pesquisa, muitas dessas questões ainda estão presentes na sociedade atual.

Apesar de a geração Y, conhecida por quebrar barreiras, muitas vezes se sujeita a aceitar as coisas “como elas são”, indo contra uma de suas características, que é a de contestar o porquê de algo, e parece ainda ser muito influenciada pelas crenças das gerações anteriores que são advindas de seus pais e avós, e que também em parte são as mesmas crenças de seus gestores atuais.

Com todo o poder de comunicação e de receber conhecimento, ainda se percebe a ausência de um olhar crítico e desafiador diante do que já está posto, um olhar questionador afim de mudar políticas, normas e ideais que estão inseridas na sociedade, mas que não condizem com as condições reais da população, tendo em vista as mudanças sociais que ocorreram. Em pleno século XXI, é desafiador considerar normal e até mesmo aceitável diferenciações de gênero, atribuindo a ambos sexos adjetivos de inferior ou superior, ou até mesmo de aceito ou não, no sentido de definir o que é certo e errado, ou até mesmo superior e inferior.

## 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.