

ADERE, PRIMAVERA, 2004. ACRÍLICA S/ TELA

PONTO DE VISTA

A voz das mulheres

É possível que o discurso sobre a condição das mulheres no mundo corporativo seja masculino. Entretanto, ninguém melhor do que as próprias mulheres, para falar sobre o que mudou e o que ainda permanece o mesmo nesse campo. Neste Ponto de Vista, lêda Novais, Betania Tanure e Elaine Vilela falam sobre o presente e o futuro da condição profissional feminina no Brasil. Com ênfase crítica, seus depoimentos destacam ganhos, mas também desafios a serem superados por homens e mulheres na conquista da igualdade.

por **Françoise Terzian**

Na superfície do discurso gerencial, o mundo dos negócios não tem gênero. No combate diário pela sobrevivência, vencem os que geram resultados, independentemente de serem homens ou mulheres. A linguagem da compe-

tência e a crença no reconhecimento pelo bom trabalho realizado, incluindo a correta e proporcional remuneração, são outros elementos que compõem esse discurso. Todavia, a prática mostra que o ideal ainda não se concretizou como deseja-

do: o mercado é menos cego e alheio ao gênero do que se supõe.

Apesar de já serem maioria em diversas áreas, e das inegáveis conquistas das últimas décadas, as mulheres ainda enfrentam dificuldades no mundo corporativo. Sendo for-

çadas a levar uma dupla carreira, de mãe e profissional, têm de provar, sob pressão, que podem contribuir em pé de igualdade ou, dependendo do caso, em situação ainda melhor do que a do homem. Diferenças salariais, modesta participação em cargos de cúpula nas organizações, competição acirrada e, em alguns casos, desfavorável compõem parte da realidade enfrentada pelas mulheres para se firmarem no mercado.

Neste Ponto de Vista, três mulheres expõem, com sua sensibilidade e senso crítico, a realidade dura da qual são testemunhas no mundo corporativo. O que o leitor encontrará na seqüência são depoimentos de mulheres que se mantêm firmes na sua carreira, enfrentam os problemas com sensibilidade e senso de oportunidade, e conseguem vislumbrar caminhos alternativos para que o discurso da igualdade se aproxime das práticas cotidianas.

Igualdade Limitada

Iêda Novais

Diretora Corporativa da BDO

Trevisan

Quando o assunto é a mulher no mercado de trabalho, hoje em dia você observa duas grandes divisões. A primeira é a da executiva com cargo ou nível gerencial para cima, que criou o espaço dela a partir de um ambiente inóspito. A mulher

Se, de um lado, as mulheres de hoje trabalham de igual para igual com os homens, de outro elas não recebem de igual para igual.

formada antes de 1985 só conseguiu chegar à liderança porque sua geração lutou muito mais e para valer a fim de conquistar um lugar ao sol. A outra divisão é a da nova geração, que está chegando agora e já disputa em pé de igualdade com o homem e compete no mesmo nível que ele.

O que há por trás disso? Depois de 1988, ano do reconhecimento do divórcio no Brasil, muitas mulheres acabaram se tornando a “cabeça” da família. Cada vez mais, as mulheres têm sido as responsáveis pela renda integral ou parcial da família. Hoje, uma característica forte da mulher executiva é que ela partilha sua renda em casa.

Se, de um lado, as mulheres de hoje trabalham de igual para igual com os homens, de outro elas não recebem de igual para igual. Há ainda, sim, uma diferença entre os salários de homens e mulheres, e essa redução entre o valor recebido por uma profissional em comparação com um profissional varia de 10% a 20%. E não podemos nos esquecer de que, enquanto o homem só se dedica ao trabalho, a mulher ainda acumula a função de mãe. Um dos problemas atuais refere-se à ambigüidade do papel da mulher: ao mesmo tempo em que socialmente ela é demandada a trabalhar e ser

bem-sucedida no mercado, ela também é demandada como mãe e principal educadora dos filhos.

No final das contas, você vai perceber que até a mulher tem preconceito contra a mulher. Por isso, é importante que a própria executiva tenha consciência de sua excelência e independência profissional e saiba mostrar isso ao mercado. Como mulher, você suaviza e integra o ambiente. No entanto, ela também precisa mostrar que tem firmeza e apresentar fatos concretos e objetivos quando vai defender uma idéia ou projeto.

Não é por isso que ela deve vestir terno e gravata, embora seja importante entender do que os homens entendem. Os homens, por sua vez, não sabem o que fazer com as mulheres executivas e ficam perdidos em termos de qual atitude tomar. Nesse caso, a recomendação às mulheres é de que sejam boas naquilo que fazem, buscando desenvolver e consolidar sua excelência funcional.

Existem ainda as mulheres que adotam uma postura masculinizada para lidar com um mercado de cultura masculina. Há uma expressão norte-americana que demonstra bem isso. Chama-se *bulley board*, que é a mulher de postura agressiva, arrogante, que bate de frente, é

Infelizmente, o mundo empresarial brasileiro ainda é muito masculino no que se refere a valores. Há padrões culturais que demoram algumas gerações para passar e mudar.

dura e carrega uma forte estereotipação do modelo masculino. Geralmente, esse tipo de figura tem aparecido na geração mais nova, o que demonstra um tipo de insegurança de base. No final, elas não se sustentam durante muito tempo. A verdade é que não resolve chocar-se de frente com a cultura masculina.

É preciso ter um quociente emocional: a mulher precisa caminhar entre o “jeitinho feminino” e o saber trabalhar com a razão e a sensibilidade. Há uma série de benefícios da mulher em relação ao homem, que é mais focado e geralmente só consegue tratar de um assunto de cada vez. A mulher, por sua vez, é multitarefas e consegue atuar

simultaneamente com várias coisas. Esse conceito surgiu do passado, quando o homem atuava como caçador e a mulher ficava em casa cuidando da prole, o que a levou a acumular funções. Hoje, esse tipo de preparo possibilita que ela execute várias tarefas de uma só vez.

Historicamente, as áreas nas quais as mulheres acabam se adaptando melhor são as de educação, sistemas de TI, marketing, produtos, suporte e apoio à empresa. Há uma tendência mundial para que as mulheres sejam mais participativas em postos de decisão. Embora ainda sejam poucas as mulheres nos cargos de presidentes e CEOs – menos de 10% –, futuramente é

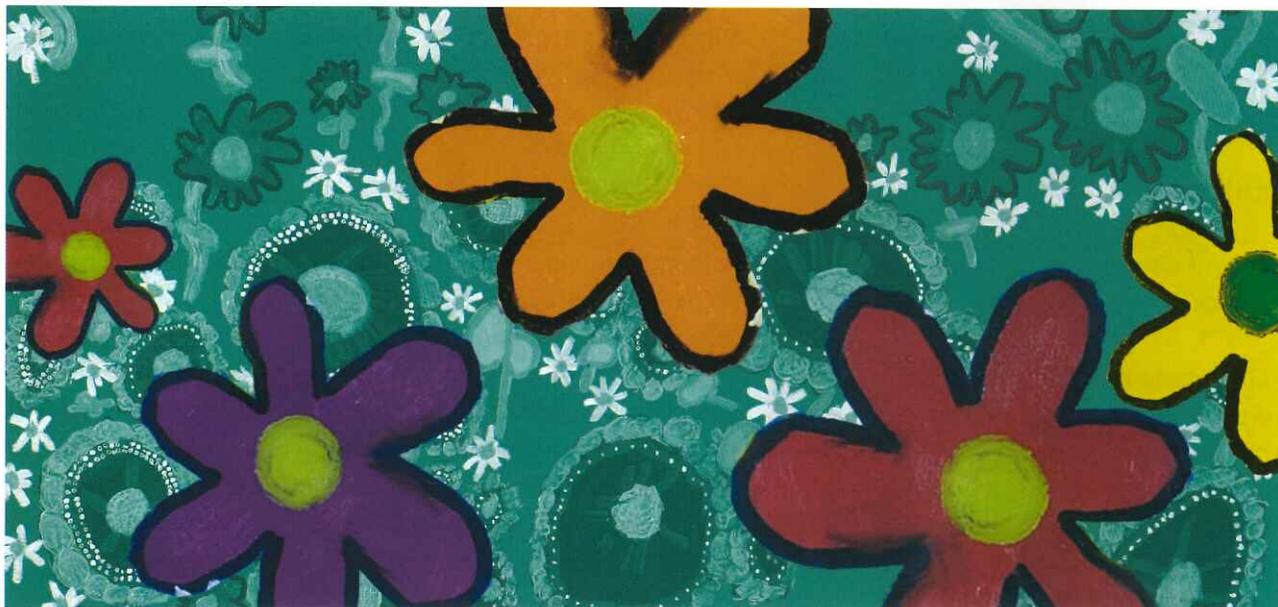
quase certo que se chegará a um equilíbrio entre homens e mulheres. Talvez isso só ocorra daqui a uma geração, mas com certeza esse dia vai chegar.

Perfil da Executiva

Betania Tanure

Professora de Desenvolvimento Organizacional da Fundação Dom Cabral

Uma guerreira que tenta conciliar as diversas carreiras e se divide entre a profissional persistente e lutadora e a mãe de família que nunca deixa de lado o seu papel. Esse é o perfil da mulher brasileira que hoje se encontra inserida no mundo dos negócios. Sem se deixar abater, ela é uma profissional que carrega características fortes, como a persistência e a resiliência. Da mes-



ma forma em que luta constantemente, ela adora combater desafios.

Sem exageros, digo que a mulher de negócios do Brasil do século 21 consegue rodar 12 pratos no ar ao mesmo tempo, sem se esquecer da maternidade. Isso é uma realidade, embora algumas profissionais tenham a carreira como parceira afetiva trincada. No primeiro nível das grandes empresas, 20% das mulheres (que já são poucas) são casadas, enquanto 80 % dos homens são casados.

Embora o mercado se mostre aparentemente cego ao sexo do executivo, não é esta a percepção das mulheres que fazem parte da amostra das minhas pesquisas. É importante dizer que falo de executivas, mulheres que ocupam cargos gerenciais e de direção. Muitas delas fazem referência ao fenômeno do “teto de cristal”. Ou seja, preconceitos não explícitos – já que nem seria politicamente correto –, mas que ainda existem. Por conta disso, essas mulheres percebem que precisam ser mais competentes do que os homens para competirem de igual para igual.

É preciso que se diga que, na “foto”, o preconceito ainda é claro, embora, se olharmos o “filme” dos últimos 30 anos, a posição atual seja bem melhor no sentido da tendência da igualdade. Por experiência pessoal, posso dizer que, no início da minha carreira, muitas vezes me vi como a assistente do meu chefe, situação que eu enfrentava com bom humor e risada. Porém, depois de um certo momento na carreira, esse tipo de situação parou de acontecer.

Hoje em dia, é visível a percepção de que há várias empresas de grande porte dando preferência a ter mulheres em cargos executivos.

Infelizmente, o mundo empresarial brasileiro ainda é muito masculino no que se refere a valores. Há padrões culturais que demoram algumas gerações para passar e mudar. Se nos compararmos com sociedades como Dinamarca, Finlândia ou Noruega, a expectativa do papel social da mulher e do homem tem muita semelhança. Ambos podem ser firmes, gostar do risco e praticar a ousadia, assim como ambos podem ser ternos e cuidar das relações pessoais. Já no Brasil, separamos essas duas expectativas, gerando distorções.

Resultado: a mulher, para competir na arena empresarial, viu-se obrigada a ser mais dura. Como ressalta uma executiva que entrevistei: a mulher que chora é fraca; já o homem que chora, este é sensível. Na hora de colocar a mão na massa, homens e mulheres têm características estruturais diferentes, embora sejam pressionados a apresentar um comportamento padrão. As mulheres, por sua vez, conseguem, por natureza, estar mais atentas ao implícito. Muitas vezes, conseguem reunir uma visão objetiva e subjetiva, o que resulta em uma combinação muito poderosa. Talvez por isso até, em relação aos homens, as mulheres têm se destacado mais nas áreas de serviços.

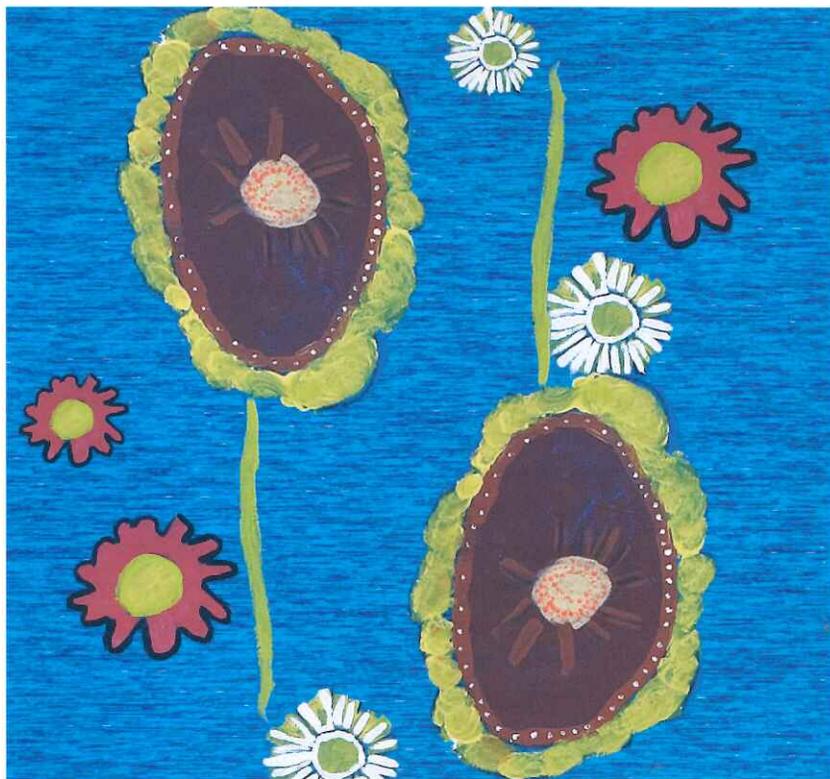
Em relação às perspectivas futuras sobre mulheres e o mundo dos negócios, eu sou otimista, o que não significa que em um prazo visível teremos uma quantidade equiparada de homens e mulheres em postos de direção nas grandes empresas. Por quê? De um lado, ainda temos preconceitos e, de outro, vemos que o nível educacional mais elevado das mulheres é algo recente. Porém, há um momento da vida da mulher – o da maternidade – em que muitas delas optam por mudar a aceleração da sua vida profissional ou mesmo dar uma parada. Não são muitas as que continuam com a mesma intensidade depois de terem um filho. Sem juízo de valor, esta deveria ser uma escolha consciente, seja ela em que direção for. Nunca é possível ganhar tudo ao mesmo tempo. O pior é quando se perde por não fazer escolhas conscientes.

Identidade Feminina

Elaine Vilela

Diretora de Marketing da Ituran

Acredito que a mulher brasileira e de todo o mundo empresarial e corporativo optou não só por ser



mulher com suas qualidades específicas, mas também por ser ativa dentro de setores antes reservados aos homens. Ela deverá dar provas não só de criatividade, mas também de perseverança e diplomacia, tomando cuidado para não se tornar justamente o estereótipo do sexo oposto. Nesse sentido, ela tem que reforçar suas qualidades, se apoiar e utilizar suas diferenças e diferentes visões do mundo enquanto mulher, encontrando seus pontos em comum nesse terreno da condição única entre os gêneros.

Embora ainda haja uma certa idéia de que o mercado é “livre de preconceitos”, em termos de igualdade salarial acho que ainda temos muito a conquistar. Mesmo com a evolução do mercado, os salários

para as mulheres podem ser até 20% inferiores ao dos homens. Quando o assunto é plano de carreira, há também um preconceito. Se o homem tem ascensão, esta é por capacitação; entretanto, se o mesmo acontece com a mulher, pode surgir um comentário atribuindo que o critério foi o de “competências afins”.

Em minha carreira profissional, eu mesma já enfrentei muitas dificuldades e essas situações me serviram como aprendizado. Atualmente, quando participo de uma reunião, apresento-me altamente preparada com estudos, pesquisas para fundamentar os meus argumentos e idéias. Tudo para não dar margem a comentários. Embora a mulher sempre tenha que provar mais sua capacidade que o homem,

não acredito que ela precise se render à masculinização para ocupar seu espaço no mercado de trabalho.

A mulher deve valorizar o seu lado feminino, pois não é o que ela veste que vai determinar suas competências, e sim suas atitudes. Eu, por exemplo, não vou trocar um vestido por um terninho, porque não acredito que essa troca seja determinante. Até porque há um “jeito feminino” de fazer o trabalho. Não há como negar que as mulheres são bastante intuitivas e objetivas. Em uma discussão, ela vai direto ao ponto sem perder o foco. Conseqüentemente a otimização de tempo é uma prática nos processos conduzidos por mulheres.

Embora tenhamos esses benefícios em relação aos homens, acho que as chances das mulheres independem da profissão. Ter sucesso em uma área específica vai depender da determinação dela e essa é uma competência muito forte nas mulheres no mundo corporativo. Hoje em dia, é visível a percepção de que há várias empresas de grande porte dando preferência a ter mulheres em cargos executivos. E qual seria o motivo? A mulher tem flexibilidade para executar várias tarefas simultaneamente e conta com um poder de organização que pode ser mais adequado para as empresas.

Françoise Terzian

Jornalista

E-mail: : takui_t@yahoo.com