

O que querem as ambiciosas profissionais brasileiras

Stela Campos

Entender o que pensam as mulheres brasileiras para dar pistas aos empregadores estrangeiros de como conquistá-las. Este foi o principal objetivo que levou duas renomadas pesquisadoras dos Estados Unidos a sair a campo para levantar as aspirações das profissionais do país. A primeira conclusão foi animadora. No Brasil, elas não apenas se mostraram mais ambiciosas para chegar ao topo das organizações que as americanas como afirmaram gostar muito mais do que fazem.

Ripa Rashid, na verdade, nasceu em Bangladesh, mas desenvolveu a carreira nos EUA. Atualmente, é vice-presidente do Center for Work-Life Policy, uma ONG americana dedicada a estudos sobre melhorias no ambiente de trabalho. Em parceria com a economista Sylvia Ann Hewlett, autora de várias obras importantes sobre o universo feminino, ela escreveu este ano um livro bastante elogiado chamado "Winning the War for Talent in Emerging Markets: Why Women are the Solution" (algo como "Vencendo a Guerra por Talentos nos Mercados Emergentes: Por que as Mulheres são a Solução"), publicado pela Harvard Business Press.

Embora sempre tenha estudado e trabalhado em mercados maduros como os EUA e outros países da Europa e da Ásia, por sua origem, Ripa diz ter um interesse particular sobre o desenvolvimento das carreiras femininas em mercados em ascensão como o Brasil. Desde 2009, ela e Sylvia vêm aprofundando pesquisas sobre cada um dos BRICs. Primeiro investigaram as mulheres chinesas, depois as indianas e agora se dedicaram às brasileiras. O resultado está no relatório "The Battle for Female Talent in Brazil" ("A Batalha por Talentos Femininos no Brasil"), que pode ser adquirido a partir de amanhã no site da ONG (www.worklifepolicy.org), por US\$ 20. Nele, elas ouviram mais de mil mulheres de 67 empresas globais do setor privado que atuam no país, com idades entre 28 e 62 anos.

"A disposição das mulheres para o trabalho em todos os países emergentes é sempre muito maior", afirma Ripa. Na pesquisa realizada no Brasil, elas parecem lidar melhor com o acúmulo de papéis na vida pessoal e profissional e também ser mais otimistas em relação à carreira. Cerca de 80% disseram ter ambição de chegar ao topo da companhia, enquanto nos EUA estudo semelhante mostra que apenas 52% dizem o mesmo. Mais de 80% das mulheres no Brasil afirmaram amar seu trabalho ante 71% das americanas. "Outro fato que chama a atenção no caso das brasileiras é que elas são mais fiéis às suas empresas", diz a autora.

A estabilidade da economia brasileira nos últimos 20 anos, segundo Ripa, criou nas profissionais do país um senso de oportunidade e um desejo de progredir na vida profissional. Isso aconteceu, principalmente, entre as mais jovens. Quase 30% das entrevistadas disseram, inclusive, receber hoje mais que os maridos por seu trabalho. O curioso é que mesmo quando a família atinge uma situação econômica melhor e não depende mais do seu salário, as mulheres não querem parar de trabalhar. "Muitas pensam em ganhar um extra para poder pagar uma aula de música para os filhos, por exemplo, ou para levá-los para a Disney", afirma.

As mulheres no Brasil aparecem como as grandes responsáveis pela administração da casa, uma característica comum na cultura latina. "A pressão do trabalho não parece incomodá-las de forma tão intensa como em outros países", observa. O fato de elas contarem com o apoio de parentes, especialmente mães, avós e irmãs ou de pessoas contratadas e creches para deixar os filhos parece ajudar. Segundo a pesquisadora, a atitude das brasileiras é sempre positiva. "Elas acreditam que podem dar conta de tudo."

Um terço das mulheres pesquisadas no país afirma que cuida e responde financeiramente pelos pais, destinando a eles 23% de seu salário anual. "A sociedade brasileira é mais tradicional. Nos EUA, existem pessoas que, mesmo morando na mesma cidade, visitam os pais uma vez por mês ou menos", afirma. E, da mesma maneira como quase 60% sentem culpa por precisar ficar longe dos filhos para trabalhar, 44% dizem sentir o mesmo por terem que se afastar dos pais por conta dos compromissos profissionais.

Nas empresas, poucas brasileiras se consideram injustiçadas por questões relacionadas ao gênero. Entretanto, 40% admitiram que desistiriam da carreira por conta de ações discriminatórias. Pouco mais da metade das profissionais também disseram que contam com um mentor que as apoia em suas companhias. "Na volta da licença maternidade, a presença de alguém assim é fundamental", diz a pesquisadora.

Em relação ao tipo de empresa na qual gostariam de atuar, a preferência é pelo setor público. Nelas, as mulheres acreditam que vão ter mais segurança, benefícios e um melhor equilíbrio entre o trabalho e a vida pessoal. A segunda opção seriam as multinacionais e, por último, foram citadas as empresas brasileiras.

Para Ripa, as organizações deveriam olhar mais para as necessidades específicas do público feminino levando em conta que 60% dos mais de um milhão de universitários graduados todos os anos são mulheres. "Elas vão compor uma força de trabalho importante e qualificada que pode ser a solução para a escassez de talentos no país."

Retrato verde-amarelo

Perfil das brasileiras que trabalham em multinacionais no país

80% querem chegar ao topo

81% adoram seu emprego

95% são leais à empresa

28% ganham mais que os maridos

59% sentem culpa por deixar os filhos para trabalhar

44% sentem culpa por deixar os pais para trabalhar

69% são financeiramente responsáveis pelos pais

58% têm um mentor na empresa

40% deixariam suas ambições de carreira ou até o emprego por questões discriminatórias

65% prefeririam trabalhar no setor público

53% preferem as múltis

49% prefeririam atuar em empresas nacionais

62% dizem que falta segurança no caminho até o trabalho

Fonte: Center for Work-Life Policy (The Battle for Female Talent in Brazil)

Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 14 dez. 2011, Eu & Investimentos, p. D12.