

FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS DE SÃO PAULO

Programa Institucional de Iniciação Científica - PIBIC

**QUESTÕES DE GÊNERO NO TRABALHO DE ESTAGIÁRIAS DO MERCADO
FINANCEIRO**

LARA BARTULIC GARCIA LOPEZ

São Paulo - SP
2017

QUESTÕES DE GÊNERO NO TRABALHO DE ESTAGIÁRIAS DO MERCADO FINANCEIRO

Relatório parcial apresentado à Escola de
Administração de Empresas de São Paulo da
Fundação Getulio Vargas como requisito para o PIBIC
ciclo 2016/2

Campo de conhecimento: Estudos Organizacionais

Orientadora: Maria José Tonelli

São Paulo - SP

2017

RESUMO

Este trabalho tem por objetivo entender quais são as questões de gênero mais presentes no dia a dia das mulheres no âmbito organizacional – mais especificadamente, mulheres que trabalham no mercado financeiro. Dessa forma, analisaremos os fatores que influenciam e estruturam o machismo e a diferença de gênero nesse ambiente, além de suas formas de propagação.

O foco do projeto tem como objetivo de estudo estudantes de administração na Fundação Getulio Vargas (FGV EAESP), abrangendo mulheres graduandas e recém graduadas na instituição e que passaram pelo momento de estágio em instituições financeiras.

Para desenvolver a pesquisa e obter resultados sobre o tema em questão, foram analisadas desde referências bibliográficas sobre feminismo, que cruzavam as questões além do tema gênero nas organizações, mas também questões referentes à raça e classe. Para desenvolver o trabalho de campo, foram realizadas entrevistas semiestruturadas com o público alvo descrito previamente, a fim de entender a visão dessas mulheres frente os conceitos abordados nesse trabalho e quais são os desafios diários que as mulheres enfrentam no mercado financeiro.

O trabalho visa contribuir para a sociedade a fim de evidenciar alguns desafios das mulheres no mercado de trabalho, muitas vezes silenciados, diminuídos ou mascarados pelo machismo presente nesse ambiente. Sendo assim, de forma geral, deseja pontuar e alertar desafios a fim de minimizá-los.

Palavras-chave: Gênero; feminismo; mulher; mercado financeiro; estágio; assédio

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	5
1.1 Apresentação do tema e sua relevância.....	5
1.2 Relato pessoal.....	7
2. Revisão da literatura e identificação da lacuna de pesquisa.....	8
2.1 Gênero e outros preconceitos nas organizações.....	8
2.2 Feminilidade: uma barreira para o crescimento.....	9
2.3 A visão subjetiva sobre o corpo da mulher.....	11
2.4 O poder vestido de “brincadeiras”.....	13
2.5 A barreira de entrada e ascensão no mercado de trabalho.....	14
2.6 Diversidade e inclusão: um valor.....	15
3. METODOLOGIA.....	16
3.1 Entrevista.....	17
3.1.1 Estrutura da entrevista.....	19
3,2 Análise de dados e resultados.....	20
4. RESULTADOS.....	20
4.1 Visão das entrevistadas frente ao assédio.....	20
4.2 Brincadeiras no trabalho: o assédio mascarado.....	20
4.3 A estagiária mulher e o convívio <i>after work</i>	22
4.4 Cargos Comerciais.....	24
4.5 Vestuário Feminino.....	24
4.6 Mulheres referência.....	26
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	27
REFERÊNCIAS.....	28
LINKS.....	32
ANEXOS.....	32

1 INTRODUÇÃO

1.1 Apresentação do tema e sua relevância

O mercado de trabalho sempre foi, majoritariamente, ocupado por homens. As funções sociais de homens e mulheres eram pré-estabelecidas socialmente: homens trabalhavam fora de casa enquanto mulheres permaneciam em casa exercendo atividades do lar, como arrumar a casa e cuidar dos filhos.

No caso do Brasil, nas últimas décadas do século XX, esse cenário passou por mudanças na classe média e alta (visto que mulheres de estratos sociais mais baixos começaram sua jornada de trabalho anteriormente, a fim de complementar renda familiar) e as mulheres começaram a quebrar o paradigma em questão e passaram a dividir o mercado de trabalho com os homens. Considerando dados do início do século, segundo a Relação Anual de Informações Sociais (RAIS), no ano de 2004 existiam 12,5 milhões de mulheres que trabalhavam com carteira assinada. Essa estatística praticamente dobrou dez anos após, em 2014, atingindo o número de 21,4 milhões. A luta feminina pela ocupação de cargos predominantemente masculinos foi árdua e até hoje mulheres enfrentam dificuldades – desde entrevistas de emprego até a ascensão de cargos, acompanhadas, geralmente, de justificativas estereotipadas frente ao universo feminino, como “irá ter um filho e não se dedicará tanto”, “não terá tempo para ser muito produtiva no trabalho”, “ficará sempre pensando na casa e na família”, entre outros.

Apesar dessa inserção gradual e necessária, a marca masculina nesse ambiente continuou evidente: o poder masculino continuou forte e exercendo pressão social frente às mulheres. O poder em questão é algo estrutural na sociedade, o que torna as formas de opressão singelas, e, muitas vezes, ainda mais impactantes.

Ao longo dos anos, fatores como a política de acumulação flexível – que passou a oscilar a produção de acordo com a demanda, logo, demandava mais profissionais – aliado à intensa luta feminina pela equidade de gênero, entre outros fatores, impactaram o âmbito organizacional pela inserção das mulheres nesse ambiente. Considerando a chegada do século XXI, a busca por diversidade nas organizações se tornou um tema

em muitas empresas, principalmente as que possuem um bom clima organizacional e que tem um compromisso ético com seus funcionários e *stakeholders*. Entretanto, mesmo com tais políticas, diversas “brincadeiras” diárias que minimizam mulheres permaneceram de modo sutil e pouco evidente, mas enraizadas e maquiadas pelo poder estrutural masculino.

Com a forte competitividade instaurada a partir dos anos 80 com a globalização, homens e mulheres foram colocados em um sistema de competição no qual a base se institui desigual. A forma que a produção é organizada, o reconhecimento desigual do trabalho realizado, a falta de apoio, colaboração e respeito nesse ambiente tem favorecido cada vez mais situações para o assédio moral se institucionalizar.

Assim, o ato de inferiorizar a mulher se tornou algo natural no ambiente de trabalho, mascarando diversas brincadeiras que, na realidade, se enquadram em evidente assédio. Nesse ambiente, em que as pessoas são tratadas como “máquinas”, sempre forçadas a aumentar sua produtividade, o poder e a violência encontram um espaço propício para se instaurar. A pressão exercida frente às mulheres faz com que, muitas vezes, elas recuem frente a situações de assédio por diversos receios, como uma possível perda de emprego. Além disso, o poder estrutural em questão pode exercer pressão psicológica para que mulheres encarem essas “brincadeiras” como algo natural.

A violência contra as mulheres nesse meio se expressa de diversas maneiras, sendo elas física, moral, psicológica. O mercado de trabalho é formado por diversos setores que possuem clara e evidente predominância masculina - como o mercado financeiro. Este estudo irá abordar o setor financeiro em específico, segmento em que o ato de inferiorizar a mulher é parte da cultura organizacional, mesmo que intrínseco e sutil.

O objetivo principal existente nesse estudo é entender as questões de gênero e desafios presentes no dia a dia das mulheres no mercado financeiro – desde bancos a boutiques de investimento. Sendo assim, analisaremos a fundo todos fatores que estruturam o machismo e a diferença de gênero nesse ambiente.

A pesquisa pretende contribuir para a sociedade ao ponto que evidencia alguns desafios das mulheres no mercado de trabalho – desafios silenciados, diminuídos ou até

mascarados pelo machismo presente nesse ambiente. Sendo assim, de forma geral, deseja pontuar e alertar barreiras a fim de minimizá-las no âmbito organizacional.

Por fim, é importante ressaltar que este trabalho iniciou com o intuito de estudar a questão de gênero entre as mulheres executivas. Entretanto, quando iniciada a pesquisa, vivi uma situação pessoal que será detalhada na sessão 2.2 Relato pessoal me impactou e despertou um olhar crítico frente a uma lacuna pouco estudada: o início da jornada profissional – o estágio no mercado financeiro. Em acordo e sob olhar crítico da orientadora Maria José Tonelli, percebemos que o desafio para as jovens profissionais estagiárias com paixão pelo mercado financeiro começava antes mesmo de fazer parte dele – e essa foi minha maior motivação para pesquisar esse campo.

1.2 Relato pessoal

A motivação principal para desenvolver esse tema – e alterá-lo frente a proposta original do trabalho - foi uma vivência pessoal que presenciei em uma entrevista para uma vaga de estágio no mercado financeiro, situação na qual evidenciava a questão de gênero no ambiente financeiro.

Na entrevista, fui exposta ao fato de que majoritariamente o mercado financeiro era um mercado dominado por homens e que, no ambiente em questão, menos de 15% da empresa era composta por mulheres. Na área em que eu aplicava a vaga, em específico, existiam mais mulheres. Desse fato surgiu questão que me incomodou e evidenciou uma sutil, mas profunda, diferença de gênero. Fui entrevistada por diferentes pessoas da empresa e, em uma das fases finais, fui indagada se eu tinha problemas em trabalhar diretamente com mulheres e se existia, na minha personalidade, esses “mimimis’ de mulher” (e essa foi exatamente a expressão utilizada). Para especificar a expressão, ainda me explicaram: “Ah, esses ‘mimimis’ de mulher no trabalho, sabe? Olhar torto, inveja, TPM. A gente não lida com isso aqui” - disse a pessoa que me entrevistava. Por esse relato e alguns relatos informais de colegas desse segmento, surgiu meu interesse no estudo da questão de gênero no mercado financeiro.

Nos últimos tempos, o tema feminismo foi alvo de grande estudo pela geração Y, visto que diversas escolas e universidades inseriram o tema dentro das salas de aula e

o assunto virou centro de debate por meio de coletivos, por exemplo. No caso da escola em questão, a FGV EAESP, o Coletivo Candaces é responsável por fomentar esse debate e grande parte das entrevistadas conheciam ou até mesmo tinham feito parte de projetos dentro do coletivo.

2 REVISÃO DA LITERATURA E IDENTIFICAÇÃO DA LACUNA DE PESQUISA

Para realizar este projeto, foram realizadas consultas bibliográficas prévias sobre a questão da mulher no ambiente de trabalho. Nos últimos anos, muitos estudos revelaram diversos tópicos relacionado ao tema, desde o ingresso da mulher no mercado de trabalho até a formação da cultura organizacional desvalorizando a mulher por diversos fatores.

Assim, foram pré-selecionados alguns assuntos que englobam e sustentam as variáveis analisadas neste trabalho: gênero e outros preconceitos, a feminilidade como barreira de ascensão, o “tabu” relacionado ao corpo da mulher, “brincadeiras” sexistas e a ascensão da mulher nas organizações - com foco no mercado financeiro, um ambiente predominantemente masculino. Sendo assim, temos por objetivo nesse trabalho responder à pergunta de pesquisa: “Quais são os desafios relacionados a gênero das mulheres do mercado financeiro na fase de estágio?”.

2.1 Gênero e outros preconceitos nas organizações

Primeiramente, é fundamental entender que gênero é um elemento peculiar das relações sociais implantadas frente às desigualdades entendidas entre sexos e uma forma crucial que dá significância ao poder e suas relações (SCOTT, 1995). Neste estudo, tomamos por princípio a ideia de que existem muitos estereótipos relacionados à gênero em nossa sociedade.

Assim, são atribuídas características e funções distintas (muitas vezes predeterminadas) a homens e mulheres - privado e público, racional e emotivo - fenômeno que perpetua estereótipos de gênero nas sociedades (PHILLIPS, 2005).

Dentro de tais estereótipos, o universo masculino é geralmente ligado a características gerenciais, enquanto o universo feminino é associado a características ligadas à comunicação (KANAN, 2010).

Porém, o estereótipo relacionado à gênero não se encontra sem outras variáveis: outros fatores influenciam os preconceitos dentro das empresas. Para essa análise, o texto de Joan Acker, “*INEQUALITY REGIMES: Gender, Class, and Race in Organizations*”, aborda a questão das mulheres ao mesmo tempo que realiza uma interseccionalidade com raça e classe social nas empresas e afirma que o preconceito de gênero sempre estará aliado a outras variáveis. Segundo Acker (2006), as bases para a desigualdade nas organizações variam, embora classe, gênero e raça estão normalmente presentes. Mulheres usualmente já sofriam preconceito, entretanto, negros e negras eram confinados aos cargos de menor escalão ou mesmo excluídos do mercado. Assim, Acker (2006) defende que pessoas negras sempre foram excluídas e marginalizados do mundo de homens brancos ricos, o que institucionalizou cada vez mais o preconceito contra raça. Dessa forma, as desigualdades de gênero, raça e classe são simultaneamente criadas na construção fundamental da jornada de trabalho e das obrigações de trabalho.

Entretanto, segundo *Global Gender Gap Report - World Economic Forum*, ao longo da última década, existiu um interesse crescente na implementação de abordagens de gestão da diversidade, incluindo a diversidade de gênero, de forma a maximizar a inovação, a governança dentro das empresas e minimizar os estereótipos relacionados à raça e gênero, por exemplo – tópico que será discutido adiante.

2.2 Feminilidade: uma barreira para o crescimento

A dominação masculina permeia as relações sociais contemporâneas, como consequência de uma violência objetiva, simbólica, subjetiva, consciente ou inconsciente, exercida por meio de palavras e por vezes reforçada pela cumplicidade da mulher (BOURDIEU, 1998).

As mulheres que atingem e desenvolvem liderança em cargos gerenciais elevados, fazem isso de forma isolada, evitando e escondendo qualquer traço de

feminilidade: procuram utilizar ternos, cabelos curtos, roupas escuras e neutras. Nada que remete ao universo feminino é bem-vindo no ambiente organizacional: transparece inferioridade.

Entretanto, segundo Fischer-Mirkin (2001), esse ambiente está mudando aos poucos. Enquanto antigamente as mulheres precisavam imitar o masculino nos mínimos detalhes para parecerem autoritárias e afirmativas, atualmente está sendo conquistado o “direito” de ser mais feminina e continuar provando eficiência no trabalho. Em questão de moda, já não é uma aversão a mulher ser um pouco mais feminina no seu local de trabalho (FISCHER-MIRKIN, 2001, p. 93). Entretanto, nem todos autores pensam dessa maneira.

Quanto a competências, em cargos de alto escalão geralmente são pensados para características que a sociedade julga como masculina: foco em resultados, agressividade, a forma de lidar com momentos de pressão. Além dessas características, é instaurado no clima organizacional a ideia de que homens estarão menos propensos a desequilíbrios entre vida profissional e pessoal (ATKINSON, 2011), como preocupação com filhos, casa, família e fatores que remetem ao âmbito privado. Além disso, mulheres são automaticamente excluídas do âmbito relacionado à gerência, a não ser que as mesmas mostrem características que indiquem “pensamento masculino” (KANTER, 1977).

Ademais, é essencial observarmos que a sociedade é moldada segundo a masculinidade. Assim, existe sobre as mulheres uma pressão moldada pela ideologia predominantemente masculina, e no âmbito organizacional não seria diferente. As mulheres são moldadas para não serem capazes de compreender os “jogos de dominação masculinos” - elas são educadas para somente aceitá-los. Assim, os homens são criados para se voltarem para a esfera pública, enquanto para as mulheres é institucionalizado apenas o pertencimento do espaço privado (BOURDIEU, 1999), a casa, a família e os filhos.

A questão da masculinidade é muito forte no ambiente organizacional e é difícil de ser abolida. Entretanto, quanto mais mulheres enfrentarem o status quo, lutarem por diversidade dentro das organizações e tentarem redefinir estereótipos, mais mudanças poderão ocorrer. Segundo Badinter (1993), conforme citado por MF Araújo (2005),

“quando mulheres querem e lutam para redefinir sua identidade, a masculinidade se desestabiliza”.

2.3 A visão subjetiva sobre o corpo da mulher

A separação de tarefas e atividades corriqueiras em geral no ambiente organizacional muitas vezes é justificada pela necessidade de existir um controle da sexualidade no trabalho. Assim, mulheres são segregadas ainda mais em um ambiente com muitos homens pois elas podem ser vistas como indivíduos motores para que a sexualidade seja “instigada” - principalmente na alta gestão e chão de fábrica, visto que a proporção de homens é maior. Assim, é alegado, de forma aberta, que as ligações entre mulheres e tais posições devem ser evitadas (LORBER, 1984) para que a maior produtividade e desenvolvimento das atividades dos homens aumente, o que evidencia o profundo problema de gênero. Com essa diferença de gênero e visão sobre o corpo, muitos homens ganham (economicamente falando).

Isso ocorre justamente porque o desenvolvimento dos homens nas carreiras de cargos extremamente elevados depende justamente das barreiras que impedem as mulheres de conseguir essas oportunidades (CROMPTON AND JONES, 1984). Essas mulheres possuem hoje maior nível de escolaridade e bagagem educacional em geral, logo, seriam fortes concorrentes se não fossem barradas pelas diferenças de gênero.

Os corpos das mulheres - sexualidade feminina, sua capacidade de procriar e sua gravidez, amamentação e cuidados infantis, menstruação e "emocionalidade" mítica - são suspeitos, estigmatizados e usados como base para controle e exclusão. (ACKER, 1990, pp.139-158)

Assim, como em outros âmbitos no trabalho, o homem exerce uma relação de poder: o “tabu” do sexo frente ao homem não atinge os mesmos parâmetros que atinge a mulher. Isso, muitas vezes, faz com que o homem institucionalize em seu interior um direito de pertencimento ao corpo da mulher. Esse senso de pertencimento ao corpo alheio reflete em assédio por parte dos homens com funcionárias, de formas sutis e não sutis e esse acontecimento se torna muito corriqueiro (GUTEK, 1985).

Quando abordada a questão da relação sexual, homens de alto escalão geralmente não são condenados por ter relações com mulheres de menor posição nas empresas (MARTIN, 1990). De acordo com Joanne Martin (1990), mulheres são julgadas se dormem com homens que ocupam cargos “abaixo delas”, isto é, com homens de escalão mais baixo. Se uma mulher “dormiu” com um homem de maior escalão e foi promovida logo após tal fato, a promoção que ocorreu provavelmente será creditada pela sociedade às habilidades sedutoras que ela possui, e não pela sua competência e desenvolvimento no trabalho, não importa quão bem-sucedida ela for.

Em complemento ao assunto, é importante abordar a questão do corpo da mulher grávida e o fato dela estar carregando um bebê dentro da organização. Segundo Kanter (1977), a mulher grávida quebra o status quo na organização, pois significa que a competente e desejada mulher é sexualmente ativa e ela está exercendo seus “talentos sedutores” fora da empresa. Nenhum dos homens ali presentes na empresa conseguiu sua atenção e isso afeta a masculinidade local. Assim, o corpo da mulher grávida desafia o status quo: relações amorosas estão ocorrendo e o funcionário homem de alto escalão não faz parte disso.

Quando olhamos para a questão da representatividade do corpo e da sensualidade da mulher frente às empresas, é impossível não citarmos a questão da mulher como representação em áreas comerciais. A diminuição das barreiras do profissionalismo tradicional nos relacionamentos com clientes coloca a mulher em cenários em que a diferenciação entre profissional e a personalidade individual não é evidente para o *Stakeholder* (BRUNNER E DEVER, 2014), resultando em contratos firmados com interesses fora daquele ambiente, elogios inadequados e até mesmo casos de assédio moral e físico.

Em negociações, muitas empresas levam em consideração a sensualidade da mulher para cargos comerciais para de conseguir atrair mais clientes. Entretanto, quando observamos outro ponto de vista, muitas organizações procuram alocar homens nessas posições pela questão de o homem ser mais “firme” e passar mais confiança, como já retratado aqui quando relacionamos os estereótipos de gênero. É uma questão de como a empresa enxerga a temática gênero e como acredita que isso poderá beneficiá-la.

2.4 O poder vestido de “brincadeiras”

Primeiramente, é importante entender que as chamadas “brincadeiras” no ambiente de trabalho fazem parte da cultura organizacional de muitas empresas. A cultura organizacional pode ser entendida como um conjunto de produtos concretos através dos quais o sistema é estabilizado e perpetuado. Estes produtos incluem: mitos, sagas, sistemas de linguagem, metáforas, símbolos, cerimônias, rituais, sistemas de valores e normas de comportamento (SHRIVASTAVA, 1985, p. 103), e, dessa forma, piadas e comportamentos determinados que evidenciam as diferenças de gênero podem estar enraizados na cultura organizacional de forma evidente ou sutil.

A literatura base para o estudo literário desse projeto foi direcionada principalmente por textos que colocam em evidência o “sexismo” e a diferença de poder exercida nas organizações. Textos como “*Having a laugh at work: How humor contributes to workplace culture*”, de Janet Holmes e Meredith Marra, deixam claro como as “piadas” são forma de exercer poder, além de serem utilizadas para criar laços fortes entre as pessoas no ambiente de trabalho e como forma de expressão de agressividade.

Eventos fora do ambiente de trabalho, como festas e *happy hours* são momentos propícios para essas brincadeiras, principalmente por conta de estar fora do profissional e com *dress code* diferentes dos usuais (BRUNNER E DEVER, 2014). O fato de realizar piadas, brincadeiras, e, em geral, a hostilidade, é uma das formas de violência de gênero (HOLLAND E CORTINA, 2013) e é talvez uma das formas mais sutis de menosprezar e constranger uma mulher.

Um exemplo muito comum de constrangimentos são piadas relacionadas ao período menstrual da mulher, brincadeiras obscenas e “elogios” inadequados. Existe, também, uma constante inferiorização da mulher como indivíduo. Mesmo quando a mulher é bem-sucedida, passa por constrangimentos relacionados ao seu desempenho, como brincadeiras relacionadas à proteção de pessoas de cargos superiores, favoritismo e acusações de relacionamentos sexuais para ascensão, o que deslegitima o trabalho da mesma (FREITAS, 2001).

2.5 A barreira de entrada e ascensão no mercado de trabalho

A questão da entrada da mulher no mercado de trabalho também foi considerada uma importante lacuna a ser estudada. Segundo Fernandez-Mateo e Fernandez (2006), existe uma falta de representatividade feminina nos altos escalões, bem como a falta de representatividade feminina ao contratar grandes líderes. Isso, sem dúvidas, afeta o *pipeline* relacionado a quantas mulheres irão chegar a cargos de alta gestão nas empresas.

Relacionando os estereótipos de gênero com as barreiras de ascensão, em ambientes em que a proporção de homens é muito maior que de mulheres (como no mercado financeiro), existe a propensão de atitudes masculinas que excluam mulheres do ambiente, como comentários pejorativos sobre outras mulheres e assuntos e encontros relacionados à futebol e pôquer (temas que muitas mulheres não se interessam ou não se sentem confortáveis).

Dessa forma, homens mantêm entre si laços dentro e fora do trabalho por compatibilidade de assuntos e interesses. Esse networking privilegia os homens ao ponto que eles permanecem mais estáveis e criam intimidades que podem influenciar uma possível promoção - esse fato ultrapassa as competências, ponto em que homens e mulheres poderiam ser avaliados de forma mais justa para serem promovidos e atingirem altos escalões.

Essas atitudes contribuem para a falta de representatividade ser conservada, visto que um ambiente desfavorável e hostil para permanência de mulheres fomentado (ATKINSON, 2011), o que leva a muitas mulheres abandonarem o setor financeiro ou outros setores com predominância masculina, justificado pelo esgotamento mental e a menor perspectiva de sucesso.

Segundo a *Catalyst* (2016), uma das maiores instituições financeiras de Wall Street, 0% dos cargos de *CEOs*, 16.6% dos cargos executivos e 30.9% dos cargos de nível de entrada ou médio são preenchidos por mulheres e, quando analisadas as 500 maiores empresas dos Estados Unidos, somente 22 possuem *CEOs* mulheres.

Percebemos, assim, que existe um “teto de vidro” (MORGADO, 2012) frente as mulheres, termo usado para explicar o obstáculo relacionado à gênero para a ascensão das mulheres no ambiente profissional, geradas pela falta de avaliação justa em 28 termos de critérios para homens e mulheres em uma empresa.

Em situações como essa, em que analisamos a ascensão das mulheres nas organizações, percebemos que a inserção em cargos de nível de entrada está crescendo conforme os anos, entretanto, quando observamos o pipeline referente a ascensão, poucas ultrapassam os cargos de *middle managers*. Assim, mulheres continuam enfrentando o chamado “teto de vidro”, expressão que se tornou popular por volta de 1980 e faz referência aos obstáculos invisíveis que as mulheres enfrentam em suas carreiras em termos de ascensão (BENDL; SCHMIDT, 2010).

Essas barreiras invisíveis se referem ao fato das mulheres terem uma formação e graduação bem desenvolvidas e renomeadas, idiomas e conhecimento técnico do trabalho, porém, continuam sofrendo um bloqueio para chegar aos maiores cargos (HOUBLER; WAYNE; LEMMON, 2009): elas apenas chegam à gerência intermediária (MAINIERO, 2005), o que resulta em falta de representatividade e diversidade dentro das empresas, dificultando a questão igualitária de gênero.

Em relação ao mercado financeiro, as mulheres representam apenas 24,4% das cúpulas administrativas dos 25 maiores bancos internacionais que se dispuseram a ceder informações no primeiro semestre de 2017 com o Financial Times. Segundo o LinkedIn, o setor financeiro aumentou a contratação de mulheres em cargos de liderança em 10 pontos percentuais entre 2008 e 2016. Além disso, de todas contratações de 2016 no setor, apenas 23% são mulheres. Sendo assim, o ambiente se constitui hostil para esse gênero.

2.6 Diversidade e inclusão: um valor

A partir dos anos 90, a inclusão de minorias (seja por questão de gênero, orientação sexual, étnica, deficiência – considerando que foi e ainda é uma evolução gradual) começou a ser um pilar e um valor ético adotado por algumas empresas, que

perceberam que a real diversidade encontrada na sociedade não era replicada nas empresas.

A crise econômica no início dos anos 1980 foi motor para uma mudança na relação entre o empregado e o local que trabalha, fazendo com que características intelectuais e menos tangíveis, como comunicação e habilidades interpessoais fossem mais valorizadas. Assim, a força física foi perdendo sua importância (HARVEY, 1992).

Atualmente, muitas empresas aplicam e são conhecidas por suas políticas de inclusão, como Microsoft e IBM. Nessas empresas, a diversidade passou a ser incluída como estratégia de negócio, com pessoas responsáveis exclusivamente por administrar a inclusão na companhia. Muitas organizações enxergam a diversidade hoje como diferencial competitivo e forma de instituir um ambiente inovador, visto que um time diversificado possui ideias e ideais diferentes que propiciam o progresso. Além disso, empresas que possuem políticas de diversidade podem inspirar funcionários a trabalhar melhor e serem mais produtivos por acreditarem no fato que são aceitos como realmente são fora do ambiente de trabalho, não sendo necessário agir como um ator nesse ambiente.

Contudo, mesmo com as políticas de diversidade, continuam existindo padrões pré-determinados para cada gênero que prejudicam mulheres em setores tradicionalmente dominados por homens (VON HIPPEL e McFARLANE, 2015), como o mercado financeiro.

3 METODOLOGIA

As etapas dessa pesquisa foram direcionadas a fim de conseguir aprofundar o conhecimento em relação a questão de gênero no mercado financeiro, comprovando e desmistificando algumas hipóteses existentes – como o tabu da sensualidade da mulher e das roupas, por exemplo. Como já dito na introdução, esse trabalho pretendia analisar mulheres executivas, entretanto, ao longo dos estudos e pesquisas, percebemos uma lacuna que poderia ser estudada com mais profundidade por fazer parte da rotina na qual orientada e orientadora vivem – alunas da FGV que estagiam ou estagiaram no mercado

financeiro. Assim, os estudos de campo, bem como a literatura estudada, foram voltados para conseguir o melhor resultado e análise com esse público.

As etapas de pesquisa consistiram na análise da literatura anteriormente apresentada e entrevistas semiestruturadas. É importante ressaltar que existia o intuito de realizar um *focus group* com o público alvo, mas por falta de disponibilidade das entrevistadas, não foi possível.

3.1 Entrevistas

Primeiramente, é importante ressaltar que as entrevistas foram realizadas individualmente com mulheres estudantes ou recém-formadas na Fundação Getúlio Vargas (FGV), na graduação de Administração (FGV EAESP), Economia (FGV EESP) e Direito (FGV EDESP). A identidade das entrevistadas foi mantida em sigilo para melhor execução do trabalho e por questão de segurança das mulheres entrevistadas. As entrevistas também não foram anexadas por conter muitas informações e relatos específicos e pessoais - pedido realizado por parte das entrevistadas para garantir segurança profissional, visto que se trata de um campo de estudo específico. Foram adicionados aos resultados frases e relatos que julgamos não afetar a identidade da entrevistada.

Dentre as respondentes, todas estagiam ou estagiaram em seu período de graduação no mercado financeiro, desde bancos de grande porte até boutiques de investimento. Foram 23 mulheres entrevistadas e todas possuem idade entre 20 e 26 anos. Dentre elas, 14 não se importaram com o fato da entrevista ser gravada e mencionar dados pessoais como idade e curso da graduação. O nome das entrevistadas e da instituição financeira não eram dados obrigatórios para realizar a entrevista, com objetivo de garantir maior conforto e confidencialidade das informações. O público alvo é estudante de uma faculdade particular que, infelizmente, não é acessível a todos e por essa razão o campo de estudo se restringe a um extrato social da população, dificultando a importante questão da interseccionalidade existente nos estudos feministas e mencionado na literatura deste trabalho. As entrevistas duraram de 15 a 65 minutos,

variando de acordo com a abertura da entrevistada frente as questões propostas. O perfil das entrevistadas era similar, como percebemos no quadro abaixo (QUADRO 1).

Quadro 1 - Descrição das entrevistadas

Entrevistada	Idade	Graduação	Tempo de estágio
1	23 anos	Formada	Formada
2	21 anos	Em curso	1 mês
3	24 anos	Formada	Formada
4	22 anos	Em curso	5 meses
5	21 anos	Em curso	13 meses
6	21 anos	Em curso	5 meses
7	21 anos	Em curso	13 meses
8	24 anos	Em curso	6 meses
9	21 anos	Em curso	7 meses
10	22 anos	Em curso	12 meses
11	24 anos	Formada	Formada
12	23 anos	Formada	Formada
13	20 anos	Em curso	1 mês
14	26 anos	Formada	Formada

Fonte: elaborado pela autora

A entrevista “é adequada para obtenção de informações acerca do que as pessoas sabem, creem, esperam, sentem ou desejam” (SELLTIZ, 1967, Apud GIL, 1987, p.113). As entrevistadas não apenas trouxeram relatos individuais, mas também relatos de colegas pessoas e de trabalho, além de situações que vivenciaram no mercado financeiro, que contribuíram para o entendimento das dificuldades enfrentadas nesse ambiente.

Durante as entrevistas, o foco era deixar a entrevistada à vontade para falar do tema, para que pudéssemos conquistar informações importantes e aprofundá-las. O papel do entrevistador (e pesquisador, no caso) foi essencial para que o grau de profundidade desejado fosse atingido, visto que, por ser uma entrevista semiestruturada, alterações no *script* de acordo com as respostas poderiam ser realizadas em tempo real. Assim, a relação entre entrevistadora e entrevistada pode se tornar natural, facilitando o compartilhamento de dados com a entrevistadora a fim de dar voz e diminuir paradigmas.

3.1.1 Estrutura da entrevista

Ao realizar as entrevistas, foram realizados dois tipos principais de perguntas: teóricas e situacionais. O intuito das perguntas teóricas era entender a visão da entrevistada frente certos conceitos relacionados ao tema. Dentro dessas perguntas, haviam questões em que a entrevistada teria que definir conceitos, como de assédio, por exemplo. Assim, as mulheres também eram indagadas sobre estereótipos da sociedade e sua visão frente a eles: se acreditavam que mulheres eram desvalorizadas no mercado financeiro, se acreditavam que a instituição financeira enxergava a posição de estagiário como uma posição sem importância, entre outros.

Além disso, foram realizadas perguntas que buscavam entender a vivência da entrevistada e quais situações relacionadas a questões de gênero no mercado de trabalho ela havia enfrentado. Assim, foram perguntadas também questões mais específicas sobre situações de assédio ou desvalorização do trabalho de mulheres dentro da instituição financeira nas quais elas trabalhavam.

A estrutura de perguntas foi realizada como um molde para guiar a entrevista. Dessa forma, em alguns momentos das entrevistas, a entrevistadora realizou mais perguntas sobre determinada questão ou até mesmo alterou partes de perguntas a fim de garantir maior profundidade.

Por fim, as perguntas foram realizadas e direcionadas ao longo da entrevista para testar as hipóteses até então existentes – sendo assim, a estrutura da entrevista foi alterada de acordo com o estudo de cada caso e baseado no feeling da entrevistadora, a fim de capturar mais detalhes. Conquistar o maior número possível de informações e garantir ética e transparência foram os principais pilares quando a estrutura da entrevista foi montada.

3.2 Análise de dados e resultados

As análises dos dados coletados foram realizadas por meio dos áudios e anotações realizadas. Para analisar mais profundamente os dados, dividimos os dados

coletados em entrevista em 6 temas principais que julgamos estar de acordo com a revisão de literatura estudada. Dentre esses 6 temas, estão: visão do assédio, vestuário feminino, cargos comerciais, entre outros. Na sessão de resultados será aprofundado cada um dos temas em questão.

4 RESULTADOS

4.1 Visão das entrevistadas frente ao assédio

Quando indagadas sobre a visão de assédio no mercado de trabalho, houve um consenso entre as entrevistadas:

Quando você se sente incomodada, desconfortável ou atingida. Pode ser direta ou indiretamente. É quando você tem medo de ser você mesma por medo e receios de outras pessoas (ENTREVISTADA 13).

Assédio engloba não só contato físico, mas agressão verbal - piadas e brincadeiras desagradáveis (ENTREVISTADA 11).

Você ser reprimida pelas coisas que você faz, por ser mulher e no sentido mais verbal, quando um cara no trabalho te chama de linda, fala que você está uma 'gracinha' hoje (ENTREVISTADA 9).

Assédio no ambiente de trabalho mora nas pequenas coisas. É não poder ficar tranquila e relaxada no seu trabalho. É você não pode sentar de uma forma confortável no seu trabalho porque as pessoas vão ficar olhando, comentando, te chamando no messenger do banco para falar da sua roupa e do quanto você 'tá' linda hoje (ENTREVISTADA 7).

Assim, existe um consenso que o conceito de assédio se expandiu para além de agressão física, como era definido a anos atrás. Assédio pode ser verbal e moral, impondo tarefas impossíveis, subestimando a capacidade do funcionário ou até mesmo usando palavras inapropriadas.

4.2 Brincadeiras no trabalho: o assédio mascarado

Na definição proposta no campo 4.1, “Visão das entrevistadas frente ao assédio”, o objetivo foi trazer para a pesquisa uma noção mais conceitual, a fim de entender a percepção das entrevistadas sobre o tema assédio. Assim, ao longo da entrevista, foram indagados aspectos que buscavam entender como esse assédio funcionava na prática e na vivência de cada uma das entrevistadas.

As entrevistadas relataram também formas de assédio que presenciaram como ouvintes, com homens se referindo a colegas de trabalho de forma pejorativa. O mercado financeiro é conhecido por ser hostil e os dados coletados comprovam isso. A entrevistada 3, por exemplo, relata que já ouviu comentários como “não chama ela reunião, porque essa reunião só vai ter gente grossa. Ela não aguenta pressão. Ela vai chorar. ”, fato que comprova a hostilidade em questão.

Em três dos relatos, as entrevistadas afirmam que existiam rankings das mulheres mais bonitas e atraentes do banco que circulavam entre os e-mails dos homens do escritório. Nessa “brincadeira”, o homem teria que classificar uma nota para a mulher e justificar o porquê daquela nota – e claramente nunca era por simpatia ou por competência.

Me sinto silenciada todos os dias. Sou silenciada pela luta. Nunca me desrespeitaram na minha frente, mas todo dia escuto um ‘aquela mulher é a maior vadia, só casou por interesse’ Desligo, falo amém e é isso – não posso falar nada. Não existe espaço para ser feminista (ENTREVISTADA 4).

Toda hora eles fazem comentários na minha frente: ‘Ah, ela é estagiária e mulher, né. Não vai fazer direito.’ Aí dão uma risadinha, fingem que é brincadeira e acham que está tudo bem. Eu fico com raiva, mas não falo nada porque não me sinto à vontade em pedir para o meu chefe parar. E se ele faz isso, ele permite que todos outros façam. A única coisa que eu penso é que um dia espero ser melhor que todos eles e superar isso (ENTREVISTADA 6)

Apenas uma das entrevistadas relatou ter enfrentado a situação, mas relata também que acredita que isso irá prejudicar futuramente no mercado de trabalho.

Dentro do meu ambiente de trabalho hoje, existem piadinhas machistas, assuntos machistas e minha vontade é reclamar todas as vezes – mas reclamo apenas parte delas, a ainda vou me prejudicar pelo que não fico quieta, mas não consigo me conter porque fico realmente incomodada (ENTREVISTADA 8).

Por fim, foi questionado nas entrevistas o fato desses abusos serem reportados à área de recursos humanos, mesmo que de forma anônima, com o objetivo de alguma atitude ou punição ser realizada frente a situação. Apenas uma das entrevistadas disse que reportaria, entretanto, reportaria com receios. A grande maioria disse que não acredita que a área de recursos humanos faria algo efetivo para providenciar mudanças, e, além disso, acreditam que mesmo se alguma política fosse implementada, os homens continuariam fazendo novas piadas – mas fariam as piadas com um complemento: ‘ah, lembrem que agora não podemos fazer esse tipo de brincadeira aqui, pois é um local politicamente correto’ (em tom irônico).

4.3 A estagiária mulher e o convívio *after work*

O estágio é conhecido como uma fase na carreira profissional que não é glamorosa, e sim cheia de atividades operacionais que o trabalhador não vê sentido. Segundo a entrevistada 3, o estagiário no mercado financeiro é muito desvalorizado: não era para você entender o que você estava fazendo - são sempre imensas planilhas em que o empregado realiza a atividade e ninguém explica o porquê daquilo, ninguém mostra a visão macro. “Você não precisa entender o que está fazendo. Essa é a visão deles. A lei é faça e entregue, porque você apenas está fazendo algo que alguém não está afim de fazer” – comenta a entrevistada. As mulheres relataram o estágio como trabalho mecânico, se sentiam como um “robô”, realizando trabalho de analistas e pessoas mais “*sênior*” quando na realidade são mão de obra barata.

Além disso, muitas empresas vendem a ideia do estágio como o ambiente perfeito para o desenvolvimento e aprendizado, o que não é verdade de acordo com as entrevistas. Algumas entrevistadas ainda relataram a diferença entre tratamento entre estagiários homens e estagiárias mulheres. Os homens saiam pós trabalho para jogar futebol, para falar sobre mulheres, para falar sobre o time que torciam e não faziam questão de convidá-las ou selecionar programas que incluíssem mulheres. Ao menos perguntavam se elas tinham interesse, apenas presumiam de acordo com os estereótipos de gênero, o que comprova dados levantados no referencial teórico

relacionados a exclusão proposital das mulheres por meio de assuntos. Sendo assim, afirmam que existiam diferenças entre o convívio “*after work*”.

Quando relacionado à tratamentos no trabalho, houve divergência de opiniões entre as entrevistadas. Algumas meninas relataram que acreditam que são reconhecidas de forma similar frente a outros homens estagiários pelos seus gestores e equipe, além de acreditarem que são avaliadas por sua competência no trabalho. Entretanto, sempre complementavam que acreditam que isso era uma questão de área e de banco.

Acredito que em questão de trabalho e competência não é tão evidente. Mas convívio fora do trabalho sim: tem o futebol ‘dos caras’, assistir futebol pós trabalho, grupo de WhatsApp só dos homens para falar de mulheres e mandar coisas inadequadas... e as meninas, não. Até porque, sou a única mulher da área (ENTREVISTADA 7).

Essa última questão é interessante de ser analisada. Bancos mais tradicionais e de atendimento ao cliente pessoa física geralmente possuem um relacionamento mais saudável com seus funcionários e com menos pressão. Isso varia quando analisamos bancos de investimento ou até mesmo boutiques de investimento. Nos últimos, a pressão é muito maior frente às mulheres, principalmente pelo fato delas serem em menor número quando comparado aos bancos “tradicionais” – e o mercado em geral.

Quando eu cheguei, eu era a única mulher. Percebi que eles tentaram se ajustar em relação a minha presença lá, se privaram de comentários, entre outras coisas.. Mas sei que não são todos lugares que são assim (ENTREVISTADA 11)

Acho que em tarefa não sentia muitas diferenças. Talvez no sentido de eles não acreditarem que a mulher ‘aguenta o tranco’. Pensarem que qualquer coisa vai chorar, vai se traumatizar. Acho que sim, o pensamento é diferenciado (ENTREVISTADA 6)

Além disso, como previsto no senso comum, em áreas mais relacionadas à humanas como Recursos Humanos, a predominância é feminina. Conforme as áreas são mais relacionadas a finanças, a porcentagem de mulheres cai e a pressão para conseguir ser bem-sucedida e se destacar frente a tantos homens aumenta.

4.4 Cargos Comerciais

Quando indagadas sobre a possível preferência dos bancos a alocar homens em posições comerciais e de contatos externos, a hipótese inicial de que homens eram preferidos para tais posições por transmitirem “pulso firme” foi rejeitada: muitas das entrevistadas acreditam que os bancos preferem contratar mulheres para essas posições. A justificativa é simples: a maioria dos investidores e clientes do alto escalão são homens, e, quando enfrentam uma situação em que uma mulher - geralmente dentro dos padrões de beleza impostos pela sociedade - vende algo a eles, não recusam a proposta.

Primeiro de tudo, a aparência conta. Eu não posso ‘não’ ir de salto. Eu não posso ‘não’ ir maquiada. As pessoas olham torto. Já ouvi pessoas falando ‘Não tem como contratar alguém fora do padrão para áreas comerciais’ (ENTREVISTADA 7).

Segundo as entrevistadas, mesmo quando o investidor não tenha interesse na proposta em si, se propõe a aceitá-la, com possíveis futuras segundas intenções, fato que mostra a objetificação da mulher de duas formas. A primeira, frente a relação cliente - vendedor. A segunda, frente à relação funcionária - banco, situação em que o banco objetifica a mulher como uma potencial fonte de sedução para o fechamento do negócio. Este fato é comprovado pelos relatos das entrevistadas:

Um dia estávamos falando de um dono de uma empresa que a gente estava avaliando, sobre ele sair com meninas muito novas, ser ‘babaca’ com mulheres e um dos meus chefes falou para mim: ‘Ah! Vamos na reunião com a gente então, você `TEM` que ajudar (ENTREVISTADA 13)

No meu caso, sinto que a relação cliente - funcionário afeta mais. Ser uma mulher dentre tantos homens é claramente desconfortável (ENTREVISTADA 14).

4.5 Vestuário Feminino

Existe um nítido tabu em relação ao vestuário feminino no ambiente de trabalho. Enquanto homens possuem um “uniforme padrão” social em relação a cores e estilo de vestimenta (terno preto, cinza ou azul marinho), existe uma construção social que

flexibiliza a vestimenta da mulher, incluindo determinadas saias e vestidos no *dress code* social.

Entretanto, quando analisamos mulheres em altos cargos em companhias conservadoras, bancos, ou até mesmo na política, percebemos que a maioria acompanha um traço forte do universo masculino: utilizam ternos, camisas sociais, cabelos curtos e traços que remetem a esse universo. Esse é um ponto de análise realizado nas referências bibliográficas e que se comprova nas entrevistas: a feminilidade não é bem-vinda no ambiente corporativo financeiro pois, ainda no século XXI, transparece inferioridade em muitas instituições. A feminilidade apenas é bem-vinda nesse ambiente quando a mulher é tratada como objeto sexual.

Existiam diversas piadinhas. Quando tínhamos reunião com o pessoal da área X, os caras me mandavam vim de vestido – e eu nunca ia. Das poucas vezes que fui, eles faziam comentários: ‘poxa, não era hoje o dia de vir de vestido!’ (ENTREVISTADA 3)

Às vezes tenho que ir na área X. Lá sim, me sinto em uma selva. Se você está com vestido, ou algo assim, é bem desconfortável – eles começam a gritar: ‘Fulano, olha aquilo!!!’. Você não olha, mas no fundo você sabe o que aquilo significa. (ENTREVISTADA 7).

Entrevistadas relataram que deixaram de usar roupas como blusas sem mangas e saias por barreiras próprias de defesa frente ao ambiente, a fim de evitar olhares estranhos ou comentários desconfortáveis. Além disso, alegam que pensaram muito antes de comprar roupas no início da carreira profissional para evitar desconfortos.

Eu sempre usei calça. Eu não usei saia em nenhum dia do meu estágio, e isso é bizarro porque existem dias de muito calor e é algo comum, nós usamos saia. Porque não nos sentirmos confortáveis? Então acredito que foi uma barreira de defesa, ainda mais por eu ser a única mulher do time e trabalharmos juntos até tarde, 3 ou 4 da manhã. (ENTREVISTADA 1).

Um dia resolvi ir de saia, um mês atrás. Quando cheguei, parecia atração. Homens chegaram a comentar: ‘Caramba, você tem pernas! Nunca tinha visto.’ Foi a única e a última vez que fui de saia. (ENTREVISTADA 4).

Frente aos relatos, percebemos o motivo pelo qual as mulheres se privam de utilizar saias, vestidos, ou roupas classificadas como “fora do padrão” masculino – calça

comprida, camisa e terno: elas vão sofrer assédio no trabalho. Entretanto, por estar em um estrato profissional não muito alto (o estágio), sentem receio de se impor frente a situação ou até mesmo reportar para a área de recursos humanos.

4.6 Mulheres referência

Em geral, a maioria das entrevistadas citou pelo menos uma mulher que consideram referência e modelo a ser seguido no local que trabalham. A inspiração é proveniente de diversos aspectos, mas dois principais se destacam. O primeiro é pelo fato da “mulher referência” conseguir comandar um time de uma forma espetacular, “com inclusive homens respeitando e admirando”, como comentou a entrevistada 1. O comentário em questão é um ótimo ponto a ser estudado – a entrevistada aspira ser uma mulher respeitada por homens e mulheres. Esse relato evidencia o fato de, hoje, elas não se sentem respeitadas e admiradas, mesmo se graduando ou estarem formadas em uma das melhores instituições de ensino do país. Ademais, evidencia também o fato de que mulheres são socialmente construídas para não acreditarem em seu potencial completo e terem inseguranças, mesmo que inconscientes.

O segundo aspecto mais comentado pelas entrevistadas em relação a mulheres referência é o equilíbrio entre a vida pessoal e profissional. Ser uma mulher bem-sucedida profissionalmente e conseguir administrar a vida pessoal de forma equilibrada, com hobbies, família, possíveis filhos e amigos é um dos maiores motivos das entrevistadas terem como inspiração as mulheres que mencionaram.

Eu olho as gerentes e elas são bem-sucedidas, tem filhos pequenos e tal. Elas me inspiram muito porque dá para ver que elas têm uma vida né, família, filhos e além disso estão em posição alta e ganham muito dinheiro. Isso inspira pelo fato de um dia essas gerentes poderem se tornar diretoras. (ENTREVISTADA 2)

Ela é fantástica – tem família, tem filhos, 5:40 da manhã ela começa a ler jornal, 7 da manhã ela sabe tudo o que está acontecendo no mundo, tem opinião formada sobre tudo, opina nas coisas e manda em todo mundo, ocupando posições até onde não seriam a responsabilidade dela no banco – e ela tem apenas 31 anos. (ENTREVISTADA 4)

Entretanto, nem sempre as mulheres que eram vistas como exemplos permaneciam fora das piadas e brincadeiras, o que evidencia que a questão de gênero ultrapassa, muitas vezes, o poder hierárquico existente. Por fim, cerca de 45% das entrevistadas alegaram não existir mulheres que inspiravam no local de trabalho, principalmente por não ter mulheres na empresa e por não existir mulheres em cargos de liderança.

Existia uma mulher que eu lembro que quando eu entrei ela estava de férias, e todo mundo comentava sobre ela como sendo um mito, por ser mulher e por estar no cargo que ela estava. Mesmo ela sendo admirada demais, continuavam fazendo piadinhas dela, por ela ser diretora de uma área que seria “mais fácil” de se administrar. Mas mesmo assim, era uma mulher em um cargo alto, mandando em um monte de homem. Ela era um grande exemplo (ENTREVISTADA 3).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O intuito da pesquisa, aliando o material teórico estudado que compôs a revisão literária com relatos coletados nas entrevistas, foi entender os sinais de uma naturalização das desigualdades de gênero dentro do mercado financeiro. No início do trabalho, em julho de 2016, o principal objetivo era analisar o trabalho das mulheres executivas. Entretanto, como já mencionado, o foco do trabalho foi alterado visto uma vivência pessoal da pesquisadora que observou uma lacuna a ser estudada – a estagiária do mercado financeiro. Além disso, com esse foco seria possível garantir maior profundidade para a pesquisa, visto que o ambiente estudado faz parte da rotina diária da pesquisadora e da orientadora.

Ao longo da etapa de pesquisa, foram identificados 6 aspectos principais para análise: Visão das entrevistadas frente ao assédio, Brincadeiras no trabalho: o assédio mascarado, A estagiária mulher e o convívio after work, Cargos Comerciais, Vestuário Feminino e Mulheres Referência. Dentre esses 6 itens, relatos e vivências foram explorados a fim de demonstrar a barreira que mulheres vivem diariamente no mercado financeiro.

A vivência das estagiárias no mercado financeiro, hoje, é uma vivência calada e sem exposição dos relatos. Muitas especulações sobre a vivência nesse mercado são realizadas, principalmente entre as alunas da FGV, instituição na qual grande parte das alunas pretende enfrentar esse desafio frente ao gênero pelo amor a profissão. É importante que as mulheres que sejam vítimas de assédio no trabalho não se calem frente a situação – e é essencial o apoio da instituição de ensino no começo da trajetória profissional dessas mulheres.

REFERÊNCIAS

ACKER, Joan. Inequality regimes gender, class, and race in organizations, 2006

ACKER, Joan. Hierarchies, jobs, bodies: A theory of gendered organizations. Gender & society, 1990

ALCADIPANI, and Tonelli, M.J. Imagining Gender Research: Violence, Masculinity, and the Shop Floor. Gender, Work & Organization, 2014.

ATKINSON, Jamie. Gendered organizations and women's career progression in the UK financial services sector. Journal of Social Welfare and Family Law, 2011

BENDLI, R. and Schmidt. 'Glass Ceilings' to 'Firewalls'—different metaphors for describing discrimination. Gender, Work & Organization, 2011

BOURDIEU, Pierre. A dominação masculina. In A dominação masculina, 2010

BRUNNER, L.K. and Devar, M. Work, bodies and boundaries: talking sexual harassment in the new economy. Gender, Work & Organization, 2014

CALÁS, Marta. Voicing seduction to silence leadership. Organization Studies, 1991.

CALÁS, Marta and Smircich. Do ponto de vista da mulher: abordagens feministas em estudos organizacionais. Handbook de estudos organizacionais, 1999.

de CARVALHO, M.E.P., 2004. Pierre Bourdieu sobre gênero e educação. Revista *Ártemis*, (1).

CROMPTON, R. and Jones, G.A., 1984. White-collar proletariat: Deskilling and gender in clerical work. Macmillan.

DINIZ, A.P. A mulher nos negócios: uma análise dos discursos sobre os atributos "femininos"

ECCEL, C.S., 2010. Subjetividades contemporâneas, trabalho e masculinidades.

ECCEL, C.S. and Grisci, C.L.I., 2011. Trabalho e gênero: a produção de masculinidades na perspectiva de homens e mulheres. *Cadernos EBAPE*. BR. Rio de Janeiro. Vol. 9, n. 1 (mar. 2011), p. 57-78.

DE FÁTIMA ARAUJO, M., 2005. Diferença e igualdade nas relações de gênero: revisitando o debate. *Psicologia Clínica*, 17(2), pp.41-52.

FERNANDEZ, R.M. and Fernandez-Mateo, I., 2006. Networks, race, and hiring. *American Sociological Review*, 71(1), pp.42-71.

FISCHER-MIRKIN, T., 2001. O código do vestir. Rio de Janeiro: Rocco

FLOOD, A., The female millennial: A new era of talent. 2015 de Freitas, M.E., 1991. *Cultura organizacional: formação, tipologias e impacto*.

FREITAS, M.E.D., 2001. Assédio moral e assédio sexual: faces do poder perverso nas organizações. *Revista de Administração de Empresas*, 41(2), pp.8-19.

GUTEK, B.A., 1985. Sex and the workplace. Jossey-Bass Inc Pub.

HAUSMANN, R., Tyson, L.D. and Zahidi, S., 2009. The Global Gender Gap Report: World Economic Forum.

HOLLAND, K.J. and Cortina, L.M., 2013. When sexism and feminism collide: The sexual harassment of feminist working women. *Psychology of Women Quarterly*, 37(2), pp.192-208.

HOLMES, J. and Marra, M., 2002. Having a laugh at work: How humour contributes to workplace culture. *Journal of pragmatics*, 34(12), pp.1683-1710.

HOOBLER, J.M., Wayne, S.J. and Lemmon, G., 2009. Bosses' perceptions of family-work conflict and women's promotability: Glass ceiling effects. *Academy of management journal*, 52(5), pp.939-957.

KANAN, L.A., 2010. Poder e liderança de mulheres nas organizações de trabalho. *Organizações & Sociedade*, 17(53).

KANTER, R.M., 1972. Commitment and community: Communes and utopias in sociological perspective (Vol. 36). Harvard University Press.

KANTER, R.M., 1977. Some effects of proportions on group life: Skewed sex ratios and responses to token women. *American journal of Sociology*, 82(5), pp.965-990.

KANTER, R.M., 1977. Work and family in the United States: A critical review and agenda for research and policy. Russell Sage Foundation.

LORBER, J., 1984. Women physicians: Careers, status, and power (Vol. 281). Routledge Kegan & Paul.

MAINIERO, L.A. and Sullivan, S.E., 2005. Kaleidoscope careers: An alternate explanation for the "opt-out" revolution. *The Academy of Management Executive*, 19(1), pp.106-123.

MARTIN, J., 1990. Deconstructing organizational taboos: The suppression of gender conflict in organizations. *Organization Science*, 1(4), pp.339-359.

Nicholson, L., 1986. *Gender and history*. Nova Iorque: Columbia University Press.

MARTIN P.Y., 1990. Rethinking feminist organizations. *Gender & Society*, 4(2), pp.182-206.

MARTIN, J., 1990. Deconstructing organizational taboos: The suppression of gender conflict in organizations. *Organization Science*, 1(4), pp.339-359.

MORGADO, A.P.D.V., 2012. *A mulher invisível: sentidos atribuídos à mulher e ao trabalho na gerência intermediária (Doctoral dissertation)*.

NATT, E.D.M., de Pádua Carrieri, A. and Eccel, C.S., *Ser ou não ser: a reprodução do "ideal" de masculinidade entre gestores brasileiros*1.

PHILLIPS, S.P., 2005. Defining and measuring gender: A social determinant of health whose time has come. *International Journal for Equity in Health*, 4(1), p.11.

SAVÃO, D.T., 2003. *Corpo, poder e dominação: um diálogo com Michelle Perrot e Pierre Bourdieu*. *Perspectiva*, 21(1), pp.121-149.

SCOTT, J.W., 1999. *Gender and the Politics of History*. Columbia University Press.

SCOTT, J.W., 2010. Gender: Still a useful category of analysis?. *Diogenes*, 57(1), pp.7-14.

SHIVASTAVA, P., 1985. Integrating strategy formulation with organizational culture. *Journal of Business Strategy*, 5(3), pp.103-111.

VON HIPPEL, C., Sekaquaptewa, D. and McFarlane, M., 2015. Stereotype threat among women in finance: Negative effects on identity, workplace well-being, and recruiting. *Psychology of Women Quarterly*, 39(3), pp.405-414.

ZANARDI, A.C.H., 2012. Masculinidades contemporâneas: representações da masculinidade na ótica de homens e mulheres executivos (Doctoral dissertation).

LINKS

www.catalyst.org/knowledge/women-ceos-sp-500

exame.abril.com.br/carreira/o-que-atrapalha-a-carreira-das-mulheres-segundoexecutivos/

<https://www.pressreader.com/brazil/valor-econ%C3%B4mico/20170406/281840053520115>

ANEXOS

Roteiro das entrevistas

1. Qual é a definição de assédio na sua visão?
2. Você acredita que a posição de estagiária é desvalorizada no mercado financeiro? E no local que você trabalha?
3. Você acredita que estagiários homens e estagiárias mulheres são vistas de forma diferente pela sua vivência profissional até agora? Desde alocação de tarefas até convívio fora do trabalho.
4. Você já trabalhou ou teve contato com áreas que representavam a empresa, como comercial? Acredita que a empresa prefere alocar ou homens ou mulheres em específico nessas áreas para representar a empresa?
5. Existiu algum momento em sua trajetória profissional que você sentiu foi diferenciada dos demais pelo fato de ser mulher?
7. Você acredita que mulheres enfrentam barreiras mais árduas que pessoas do sexo masculino para ascenderem no mercado financeiro?

8. Durante as entrevistas de estágio, foram realizadas perguntas que você não se sentiu confortável de responder ou que você acredita que não seriam realizadas para homens?

8. Há mulheres que você considera modelos a serem seguidos no local em que você trabalha?

9. Conte-me se você já enfrentou um desconforto interior por causa da vestimenta que estava usando no trabalho?

10. Relate, se existente, alguma situação na qual você foi menosprezada por “brincadeiras” ou atitudes de homens? Como foi e qual sensação que você sentiu?

11. No trabalho, homens já falaram perto de você frases nas quais eles diminuam as mulheres ou as colocavam como puro objeto sexual? Como você lidou com isso?

12. Na situação acima, caso algum homem realizasse comentários não agradáveis sobre uma colega mulher, você se sentiria confortável em reportar ao RH ou outra pessoa/departamento?

13. Como você enxerga a cultura organizacional no ambiente que você trabalha e no mercado financeiro frente as mulheres?

14. A cultura organizacional no mercado financeiro diferencia o homem da mulher de uma forma mais evidente do que em outros setores. Você concorda com isso? Por qual razão?

15. Relatos diversos sobre o tema. Tempo destinado para contar situações nas quais não teve oportunidade de contar durante a entrevista.