

Desigualdades de Género no Mundo Empresarial: O testemunho das
mulheres de empresas de moldes

Jessica de Oliveira Bento

Mestrado em Psicologia Social e das Organizações

Orientadora:

Doutora Maria Helena Santos, Investigadora

ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa, Centro de Investigação e
Intervenção Social

Junho, 2020

Agradecimentos

A conclusão desta etapa parece irreal. Depois de tantos anos, de tantas expectativas, de tanto esforço, finalmente chegou ao fim.

Durante todo este processo, foram várias as pessoas que contribuíram, de diferentes formas, para a realização desta dissertação e término desta etapa da minha vida.

Agradeço primeiramente à minha orientadora, Doutora Maria Helena Santos, por toda a dedicação, por ser incansável, pela prontidão. Obrigada do fundo do meu coração por todo o tempo investido e por me incentivar à conclusão desta etapa.

Ao principal contributo desta dissertação, as 12 mulheres que se disponibilizaram a ser entrevistadas e darem a conhecer a sua história profissional.

Aos meus pais, por todos os sacrifícios e apoio incondicional, não só durante este período, mas também durante todo o meu percurso académico e toda a minha vida. A conclusão desta etapa é o alcance de um objetivo comum. Por me ajudarem a encontrar o melhor de cada situação e nunca me deixarem ir abaixo, obrigada.

Ao meu namorado, que apesar de não perceber nada do que falava, sempre me ouviu, apoiou e deu força para não desistir e persistir. Obrigada.

“What feels like the end is often the beginning”

Autor desconhecido

Resumo

A presente dissertação pretendeu analisar as dinâmicas de género na indústria dos moldes, um mundo dominado pelos homens. Para tal, integrou um estudo qualitativo exploratório com os objetivos específicos de verificar se se regista o “fenómeno do *tokenism*” descrito por Kanter (1977, 1993), da visibilidade, polarização e assimilação e, além disso, apurar como é que as mulheres gerem a situação, ao trabalharem num contexto profissional marcadamente masculino.

Foram realizadas 12 entrevistas individuais semiestruturadas a mulheres que exercem ou já exerceram a sua atividade profissional na indústria dos moldes, com idades entre os 24 e 52 anos, residentes no distrito de Leiria. Os resultados foram analisados com recurso à metodologia da análise temática de Braun e Clarke (2006). A análise dos resultados permitiu identificar oito grandes temas nos discursos das entrevistadas, centrados: i) nas reações ténues face à escolha da profissão; ii) em alguns obstáculos à integração; iii) na força física como razão para a indústria dos moldes permanecer um mundo masculino; iv) na desigualdade de género nos salários; v) na in/visibilidade das mulheres; vi) na polarização das diferenças; vii) na assimilação aos papéis estereotípicos; e viii) nas estratégias de gestão da situação.

Após a discussão dos resultados foi possível concluir que, no geral, se verifica o fenómeno do *tokenism*, sendo que estas mulheres *tokens* encontram múltiplos obstáculos que lhes prejudicam o percurso profissional.

Palavras-chave: Desigualdade; Género; Mulheres; Indústria dos Moldes; *Tokenism*.

Domínio científico: 2970.

Abstract

This dissertation aimed to analyze the gender dynamics in the mould industry, a world dominated by men. To this end, it integrated an exploratory qualitative study with the specific objectives of verifying the “tokenism phenomenon” described by Kanter (1977, 1993) of visibility, polarization and assimilation and, in addition, of ascertaining how women manage the situation when working in a markedly masculine professional context.

Twelve semi-structured individual interviews were conducted with women who work or have worked in the mould industry, aged between 24 and 52, living in the district of Leiria. The results were analyzed using the Braun and Clarke (2006) thematic analysis methodology. The analysis of the results made it possible to identify eight major themes in the discourses of the women interviewed, focusing on: i) tenuous reactions to the choice of profession; ii) some obstacles to integration; iii) physical strength as a reason for the mould industry to remain a masculine world; iv) gender inequality in wages; v) in the in/visibility of women; vi) the polarization of differences; vii) assimilation to stereotypical roles; and viii) strategies for managing the situation.

After discussing the results, it was possible to conclude that, in general, the phenomenon of tokenism occurs, and that these token women encounter multiple obstacles that hinder their professional path.

Keywords: Inequality; Gender; Women; Mould Industry; Tokenism.

Scientific dominion: 2970.

Índice

Introdução	1
Capítulo I: Revisão de Literatura	3
História dos moldes	3
O que é um molde?	3
Processo do molde	4
Desigualdades de Género nas Empresas	6
Teoria do <i>Tokenism</i>	8
Capítulo II: Metodologia.....	13
Participantes.....	13
Instrumento	14
Procedimento	14
Análise de dados	15
Capítulo III: Resultados.....	17
Reações ténues face à escolha da profissão	18
Alguns obstáculos à integração	18
Força física como razão para a indústria dos moldes permanecer um mundo masculino.....	19
Desigualdade de género nos salários	20
In/visibilidade das mulheres	21
Polarização das diferenças	22
Assimilação aos papéis estereotípicos	23
Estratégias de gestão da situação	25
Capítulo IV: Discussão dos Resultados	26
Referências	30
Anexos.....	33
Anexo A – Consentimento Informado.....	34
Anexo B – Questionário dos Dados Sociodemográficos.....	35
Anexo C – Guião para as entrevistas das mulheres.....	36
Anexo D – <i>Post</i> no <i>Facebook</i> dos “Amigos dos Moldes”	38

Índice de Figuras

Figura 1. Tipo de moldes para injeção de termoplástico.....	4
Figura 2. Fluxograma do processo produtivo de um molde	5
Figura 3. Tipos de grupos resultantes da representação proporcional da relação entre duas categorias sociais.....	10
Figura 4. Anos de experiência por entrevistada	13
Figura 5. Mapa dos Temas e Subtemas	17

Glossário de siglas

CAD.....Desenho assistido por computador

CAM.....Manufatura assistida por computador

CNC.....*Computer-Aided Manufacturing*

OIT.....Organização Internacional do Trabalho

TESP.....Curso Técnico Superior Profissional

E.....Entrevistada(s)

Introdução

Na sociedade ocidental, e especialmente nos últimos tempos, têm-se defendido valores igualitários entre homens e mulheres, nomeadamente no mundo do trabalho. Contudo, persiste uma segregação de género em várias profissões (Santos & Amâncio, 2014), como é o caso do setor industrial dos moldes (Silva, 2016).

Agora, que começam a estar mais mulheres presentes nos moldes, profissão tradicionalmente dominada pelos homens, procuraremos perceber se as mulheres se sentem incluídas e em pé de igualdade com os homens, ou se, pelo contrário, se sentem discriminadas.

Com esta dissertação, que integra um estudo qualitativo exploratório, procuraremos colmatar a ausência de estudos neste contexto, numa perspetiva de género.

De acordo com Santos e Amâncio (2014), a “segregação de género nas profissões constitui um dos maiores problemas para as mulheres, contribuindo para perpetuar estereótipos” (p. 701), sendo, muitas vezes, as mulheres colocadas a desempenhar funções consideradas mais leves e os homens encarregues de funções consideradas mais exigentes, em termos de força física, apesar de, presentemente, ser praticamente tudo realizado através de máquinas, não havendo razões claras e objetivas para esta discrepância, em particular no setor industrial dos moldes, setor onde se centra esta investigação.

O mundo dos moldes divide-se em duas grandes áreas: a área da injeção de plásticos, onde já trabalham bastantes mulheres, e a área dos moldes, que continua dominada pelos homens. Iremos centrar-nos nesta última área e analisar as dinâmicas de género existentes nesta profissão. Procuraremos perceber por que razão este setor é dominado pelos homens e a presença das mulheres continua a ser tão escassa. Especificamente, iremos verificar se se registam as três consequências negativas identificadas por Kanter em 1977, isto é, se neste contexto profissional as mulheres vivenciam: 1) uma visibilidade tal que gere pressões para o desempenho; 2) uma polarização das diferenças por parte dos homens que as leve ao isolamento social; e (3) uma assimilação aos papéis estereotípicos do seu grupo de pertença por parte dos homens que as leve a ter dificuldade de se expressarem livremente. Além disso, procuraremos explorar como é que estas mulheres gerem a situação neste mundo marcadamente masculino.

A estrutura da dissertação está organizada em quatro capítulos. O primeiro capítulo prende-se com a revisão de literatura, que começa por incluir a história dos

moldes, o que são e qual o seu processo, passando pelas desigualdades de género no mundo empresarial e a teoria do *tokenism*. O segundo capítulo inclui a metodologia, onde são reveladas as participantes, o instrumento e os procedimentos utilizados. A análise dos resultados é efetuada no terceiro capítulo. Por fim, o quarto capítulo centra-se na discussão dos resultados obtidos e nas principais conclusões do estudo, nas suas limitações e nas sugestões para estudos futuros.

Capítulo I: Revisão de Literatura

A zona de Leiria é dominada pelo setor industrial dos moldes. Este setor divide-se em duas partes, a parte dos moldes e a parte dos plásticos. A parte dos plásticos é composta por um grande número de mulheres operárias e a parte dos moldes/estruturas é dominada pelos homens. Contudo, mais recentemente, algumas mulheres começaram a entrar e a fazer parte deste contexto, como foi salientado pelo Jornal de Leiria: “Fabrico de moldes: ‘mundo de homens’ que está a atrair cada vez mais mulheres” (Silva, 2016). Tal torna-o um importante estudo de caso.

História dos moldes

Foi por iniciativa de Aníbal H. Abrantes que a indústria dos moldes para matérias plásticas teve o seu início, em 1943, na Marinha Grande, Leiria, numa pequena empresa de moldes para vidro. Apesar do seu irmão e do seu sócio não concordarem com a sua iniciativa e do seu sócio chegar a vender a sua posição na empresa para continuar a sua atividade apenas no setor vidreiro, Aníbal não se deixou abalar e, dois anos depois, produziu o primeiro molde de injeção para plástico. Em 1980 já existiam 54 empresas, empregando 2 000 pessoas e a indústria já exportava para mais de 50 países. Atualmente, existem já 540 empresas que empregam 11 000 pessoas (Cefamol - Associação Nacional da Indústria de Moldes, 2019).

Primeiramente, foram criados moldes muito simples para brinquedos e utilidades domésticas e, mais tarde, criaram-se máquinas mais complexas, permitindo, assim, o acesso a novas tecnologias e melhorar o ciclo de fabricação (Monteiro, 2010).

O que é um molde?

O molde consiste numa ferramenta que tem como propósito o fabrico de peças, sendo este composto por duas partes: uma delas denominada por cavidade ou fêmea e a outra por bucha ou macho. É através de um processo mecânico de injeção da matéria plástica que se obtém uma peça em plástico (Gomes, 2005), como espelha a Figura 1.



Figura 1. Tipo de moldes para injeção de termoplástico.

Fonte: Zurich Termoplásticos (2019).

Processo do molde

A produção de um molde passa por quatro etapas (Ver Figura 2). Na primeira destas etapas está a consulta, que é a fase em que o/a cliente solicita um orçamento à empresa. Numa segunda fase, o orçamento é discutido com o/a cliente e é avaliado o tempo necessário para a produção do molde em questão. Depois destas duas fases, é enviada uma proposta ao/a cliente e aguarda-se *feedback* do mesmo. Como fase final desta primeira etapa, encontra-se a adjudicação em que após a aprovação da proposta pelo/a cliente é assinado o contrato de adjudicação e deverá passar-se imediatamente à análise detalhada de todas as condições e especificações técnicas (Anónimo).

Numa segunda etapa, que vai desde a encomenda até ao início da produção, encontra-se primeiramente o projeto preliminar, que deve ser revisto e enviado ao/a cliente, depois aguardam-se os comentários e a sua aprovação. Depois de aprovado o desenho preliminar pelo/a cliente, é realizado o planeamento do trabalho e do molde. É aqui que a equipa do planeamento entra em ação e faz uma simulação de todo o fabrico do molde até à sua aprovação (Anónimo). Esta recorre aos *softwares* de CAD e CAM (desenho assistido por computador e manufatura assistida por computador) para obter as principais características técnicas de forma virtual e em 3D (Gomes, 2005).

A terceira etapa consiste na produção, em que primeiramente se seleciona o tipo de aço a utilizar, depois o aço é cortado de forma a ficar com as medidas o mais aproximadamente possível do molde final e, de seguida, passa para a retificação, onde as superfícies ficam completamente lisas, “de forma a garantir que se vai trabalhar a partir de blocos de aço com formato paralelepípedo e limpo de oxidações” (Gomes, 2005, p. 12). Depois, passa-se à parte seguinte, a maquinação, através de máquinas equipadas com

sistemas de CNC (*Computer-Aided Manufacturing*) como fresadoras, tornos, erosoras, entre outras. Realizadas as maquinações, e com o molde muito próximo do objetivo final, é necessária a realização de acabamentos (Gomes, 2005).

A quarta, e última etapa começa quando são realizados testes no molde, em que este é colocado numa máquina de injeção de plásticos e se faz a injeção das primeiras peças (Gomes, 2005). Feito isto, o/a cliente terá de aprovar, ou não, as peças e, caso não haja funcionalidade, o/a fabricante terá de assumir a responsabilidade. Após a aprovação, segue-se a expedição, onde é realizada a afinação final e a inspeção do molde e é enviado ao/à cliente (Anónimo).

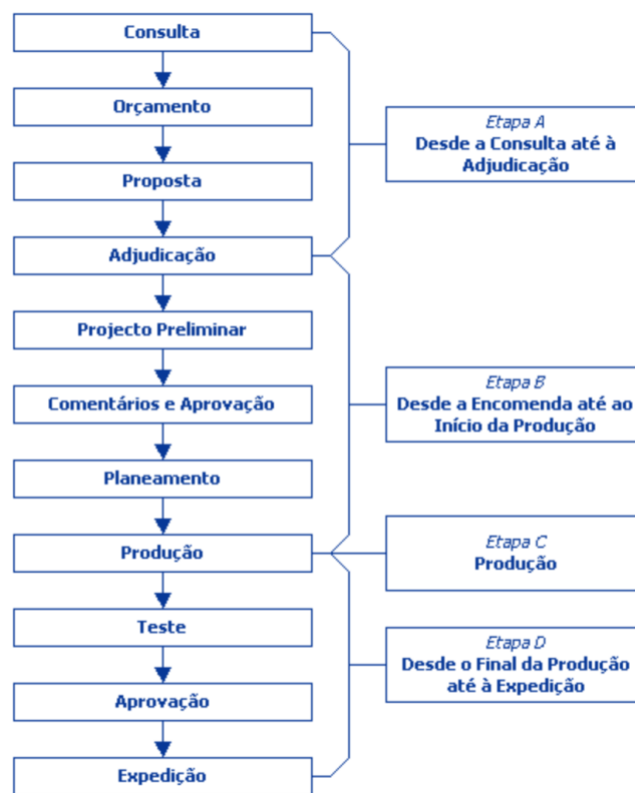


Figura 2. Fluxograma do processo produtivo de um molde

Fonte: Anónimo.

É devido à sólida experiência e *know-how*, cumprimento dos prazos de entrega, rigoroso controlo de qualidade, elevada experiência, competitividade e investimento em alta tecnologia que os moldes portugueses continuam a fornecer os mercados mais exigentes do mundo (Soares, 2015). Trata-se, portanto, de um contexto muito avançado, em termos tecnológicos, mas ainda muito segregado, em termos de género, sendo a presença de mulheres bastante escassa. Por que é será que tal acontece? Como se sentirão

as poucas mulheres que trabalham neste contexto profissional? São algumas das questões a que iremos procurar responder.

Desigualdades de Género nas Empresas

De acordo com a Organização Internacional do Trabalho (OIT, 2018), o mundo do trabalho ainda é injusto para as mulheres, na medida em que, apesar de, nos países industrializados, o número de mulheres que frequentam o ensino superior ser superior ao dos homens, as mulheres continuam a ser deixadas para trás. Adicionalmente, poucas são as mulheres que conseguem alcançar o cargo de diretoras executivas das empresas. Por exemplo, na lista da *Fortune* 500, somente 32 pessoas são do sexo feminino.

Dito isto, as mulheres sofrem discriminação no local de trabalho por inúmeras razões. Uma delas é o facto de, apesar de desempenharem funções equivalentes às dos homens, o mesmo não se revelar no seu vencimento, pois recebem menos que os homens e ainda têm mais probabilidades de virem a ser vítimas de violência ou assédio no trabalho (OIT, 2018). Perante esta situação, muitos são os movimentos que têm procurado trazer uma voz aos/às marginalizados/as e uma alteração de mentalidades no mundo do trabalho. Um deles é o movimento “*Me too*”. Este movimento foi criado por Tarana Burke, em 2006, que teve como objetivo apoiar os/as sobreviventes de agressão sexual e responsabilizar os culpados. No entanto, este movimento ficou mais conhecido quando a atriz Alyssa Milano revelou nas redes sociais que teria sido alvo de assédio por parte Harvey Weinstein, produtor de filmes. Com efeito, depois de Alyssa ter revelado ao mundo o assédio por que passou, muitas foram as vítimas que tiveram a coragem de assumir que também já tinham sido vítimas de violência ou assédio no seu local de trabalho. Foi graças à coragem destas vítimas que este movimento se tornou tão mediático nas redes sociais pois, quem já teria sido vítima partilhava a *hashtag MeToo* (Taylor, 2019).

As mulheres são também alvo de discriminação quando se fala de maternidade. De facto, quando as mulheres vão a uma entrevista e se encontram em idade fértil, são, muitas vezes, questionadas quanto ao seu desejo de engravidar. E, se responderem que sim, podem estar, desta forma, a comprometer a sua contratação, devido à licença de maternidade. Assim, para evitar este tipo de situações, os patrões optam por contratar homens, pois não são estes que faltam devido à licença de maternidade, nem quando há problemas a resolver com os filhos ou as filhas. Como consequência, muitas vezes, as

mulheres veem-se obrigadas a ter de escolher entre ter filhos/as e seguir uma carreira profissional (Moitinho, 2009).

Quanto aos padrões de segregação sexual nas empresas e, de acordo com Casaca e Lortie (2018), estes “estão profundamente impregnados nos mercados de trabalho de todas as economias” (p.2). A este respeito, existem dois conceitos fundamentais: o de “segregação sexual horizontal” e o de “segregação sexual vertical”. O primeiro descreve a forma como existem distintos ramos de atividade para os homens e mulheres, ou seja, existem as profissões que são vistas como tipicamente femininas e aquelas que são vistas como tipicamente masculinas. Desta forma, as mulheres estão em profissões, como empregadas de limpeza, administrativas, profissões ligadas à educação e à saúde, estando, assim, limitadas a um leque mais restrito de profissões, em comparação com os homens. O segundo conceito, “segregação sexual vertical”, analisa a forma de mulheres e homens não se encontrarem no mesmo nível de hierárquica, uma vez que, como vimos, o número de mulheres em cargos de níveis superiores é mais limitado (Casaca & Lortie, 2018). Segundo uma revisão de literatura destas mesmas autoras, existem várias metáforas que descrevem estes fenómenos. São estas:

- *O teto de vidro*: que descreve como a progressão profissional das mulheres é impedida, independentemente das suas habilitações e desempenho (algumas alcançam níveis intermédios de chefia, mas, depois disso, a progressão tende a estagnar), enquanto que os homens progredem de forma mais facilitada, alcançando os lugares cimeiros das organizações;
- *O chão pegajoso*: consiste nos obstáculos com que muitas mulheres, que iniciam a sua atividade profissional, se deparam e as impede de atingir as mesmas oportunidades, posições intermédias, condições de trabalho e salariais, em comparação com os homens. Aqui, é revelada a importância de indivíduos de sexos diferentes, mas com currículos idênticos obterem o mesmo tipo de oportunidades;
- *O oleoduto que pinga*: esta metáfora está relacionada com mulheres que seguem áreas ligadas à ciência, tecnologia, engenharia e matemática, em que, apesar de terem um grau de formação superior ao dos homens, muitas delas desistem da sua carreira, pois não obtêm qualquer oportunidade de progressão na mesma;
- *A escada rolante de vidro* (ou elevador de vidro): revela a rápida progressão na carreira de indivíduos do sexo masculino, em comparação com a lenta progressão das mulheres, em setores tradicionalmente femininos;

- *O precipício de vidro*: salienta que, quando as mulheres conseguem ultrapassar o teto de vidro encontram a atribuição de objetivos pouco realistas comprometendo, assim, o seu desempenho. Para além disso, há também mais probabilidade de, em contexto de crise ou de elevado risco de fracasso, serem as mulheres a ocupar os cargos de elevada responsabilidade, podendo levá-las a desistir; e
- *O labirinto*: esta metáfora permite entender os desequilíbrios de género existentes na gestão de topo, isto é, as várias frentes com que as mulheres têm de lidar, como as disparidades existentes na distribuição das responsabilidades domésticas e os estereótipos de género. Estas experiências podem contribuir para o desencorajamento e atenuação da ambição profissional (ver Casaca & Lortie, 2018).

Rosabeth Moss Kanter (1977, 1993) é uma das autoras que melhor documentou a desigualdade organizacional entre homens e mulheres, procurando perceber as reações discriminatórias e hostis dos homens em relação às mulheres, em profissões dominadas por homens (Santos & Amâncio, 2014), como será detalhado em seguida.

Teoria do *Tokenism*

Na sua obra “*Men and Women of the Corporation*”, Kanter (1993) refere como, em muitas das organizações, a quantidade de mulheres está em extrema minoria, em comparação com os homens, o que pode explicar a existência de barreiras que as mulheres encontram nessas profissões (Santos & Amâncio, 2014), o que acontece claramente no contexto em estudo desta dissertação. Por exemplo, na empresa Yudo, do setor dos moldes, em 100 trabalhadores, apenas 20 são do sexo feminino (Cefamol, 2019).

De acordo com Kanter, o *tokenism* – que Santos e Amâncio (2014) traduziram por “contexto de sobremínoria” – consiste num contexto intergrupar onde apenas alguns dos membros do grupo dominado (i.e., os “*tokens*”), que neste caso são as mulheres, são aceites no grupo dominante, neste caso composto por homens, em posições normalmente reservadas a membros de grupos dominantes, posições estas que geralmente são negadas à maior parte dos membros do grupo dominado (ver Santos & Amâncio, 2014).

Mais especificamente, no seu estudo, realizado ao longo de cinco anos numa empresa norte americana, Kanter (1977, 1993) identificou quatro tipos de grupos que representam o tipo de pessoa da organização (ver Figura 3):

- i. Os **grupos uniformes** (*uniform groups*), onde só pertence um tipo de pessoa com significância social, com uma proporção de 100:0. Apesar das diferenciações que possam surgir, o grupo pode ser considerado homogéneo quanto ao sexo, “raça”, etnia, etc.
- ii. Os **grupos distorcidos** (*skewed groups*), onde há mais preponderância para um tipo de pessoa, em comparação com outra (proporção de 85:15). Neste grupo, os “dominantes” controlam o grupo e a sua cultura, devido à sua dominância numérica, enquanto que os restantes são os chamados “*tokens*”, porque, muitas vezes, são tratados como representantes da sua categoria, enquanto símbolos ou exemplo, e não como indivíduos. Quando são apenas um ou dois membros, podem denominar-se por “solitários” ou “solos” (Santos & Amâncio, 2014).
- iii. Os **grupos inclinados** (*tilted groups*), onde as distribuições já são menos extremas, com uma proporção de 65:35, e os efeitos são menos extremados. Neste caso, a minoria pode afetar a cultura do grupo.
- iv. Os **grupos equilibrados** (*balanced groups*), com uma proporção que oscila entre 60:40 e 50:50, onde a cultura e a interação dos mesmos refletem o seu equilíbrio. A maioria e a minoria tornam-se potenciais subgrupos que podem, ou não, gerar identificações reais. Num grupo assim equilibrado, os resultados obtidos pelas pessoas dependem mais de fatores pessoais e estruturais, como a formação de subgrupos ou de diferentes papéis e habilidades.

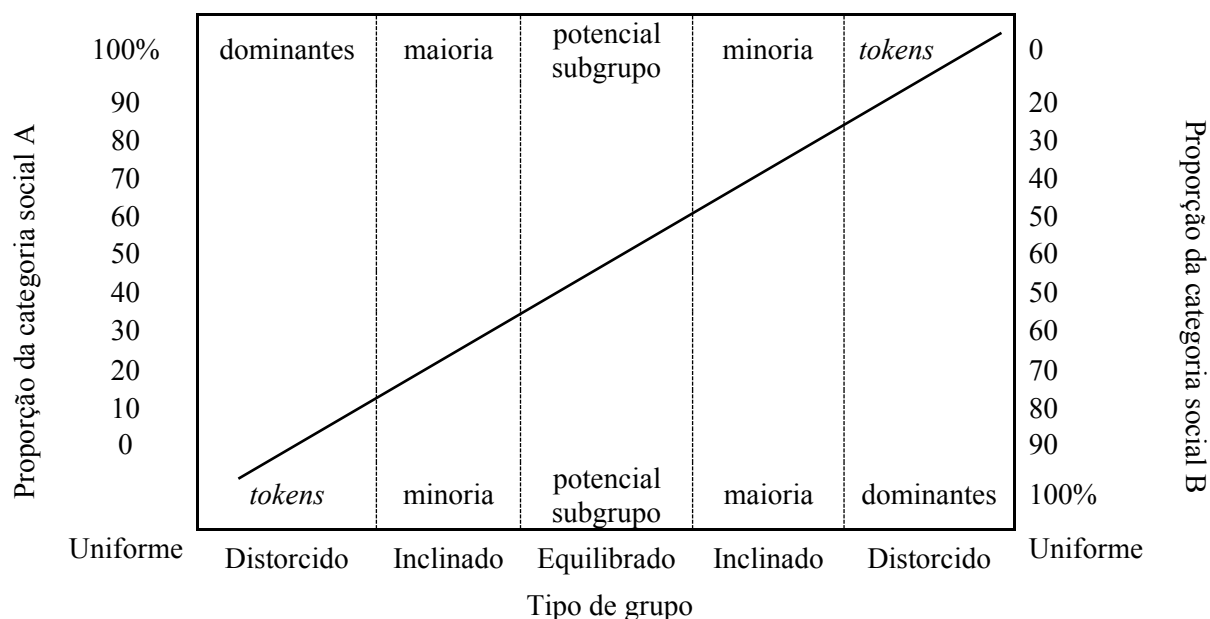


Figura 3. Tipos de grupos resultantes da representação proporcional da relação entre duas categorias sociais. Retirada de Kanter (1993, p. 209, citada por Santos, M. H., & Amâncio, L. (2014). Sobreminorias em profissões marcadas pelo género: consequências e reações. *Análise Social*, 212, 700-726 (p. 706).

Kanter (1977, 1993), centrou a sua análise sobretudo num grupo distorcido e concluiu que os *tokens* se encontram em desvantagem, quando comparados com os dominantes. De facto, segundo a autora, geralmente, os *tokens* estão associados a três condicionantes que os podem afetar negativamente. São estas a visibilidade, a polarização e a assimilação:

- i. A *visibilidade* refere-se à elevada atenção que os *tokens* recebem, em comparação com os dominantes. De facto, por serem escassos no grupo, os *tokens* acabam por se destacar ou sobressair entre os dominantes. Este fator leva a pressões para o bom desempenho dos *tokens*, que, ao procurarem corresponder às expectativas dos dominantes, podem aumentar, ou diminuir, o seu desempenho efetivo.
- ii. A *polarização* ou *contraste* prende-se com a tendência dos dominantes para exagerar as diferenças que existem entre eles e os *tokens*. Tal pode levar à acomodação ou ao isolamento social dos *tokens*.
- iii. A *assimilação* está relacionada com o facto de as características ou atributos dos *tokens* tenderem a ser distorcidos pelos dominantes de forma a encaixarem nas generalizações pré-existentes do seu grupo social de pertença. Ou seja, aqui, o único comportamento aceite pelos dominantes é o que vai de acordo à ideia pré-

existente, ao estereótipo. O receio de se expressarem plenamente e de se desviarem das expectativas pré-estabelecidas faz com que, muitas vezes, os *tokens* aceitem esse facto e se conformem com os estereótipos pré-existentes do seu grupo. Kanter designa esta situação por “*role encapsulation*”, ou “*role entrapment*”, sendo uma espécie de “aprisionamento dos papéis” dos *tokens* (p.212), podendo levar à sua marginalização.

Apesar de Kanter afirmar que qualquer grupo sub-representado poder experienciar as três consequências negativas, segundo Laws (1975, citada por Santos & Amâncio, 2014), somente os *tokens* duplamente desviantes (i.e., os *tokens* que se desviam das normas estabelecidas pela sociedade patriarcal devido ao seu sexo e se desviam também por ambicionarem a papéis e objetivos estabelecidos como masculinos) é que sofrem as consequências referidas por Kanter. Assim, na perspectiva desta autora, as mulheres (grupo socialmente dominado) que trabalham nas empresas de moldes estarão sujeitas às três consequências negativas apontadas por Kanter, uma vez que exercem a sua atividade numa profissão tradicionalmente dominada pelos homens.

Desde a investigação pioneira de Kanter (1977, 1993), vários estudos têm sido realizados com mulheres em diversas profissões, “nomeadamente com polícias (Ott, 1989), médicas (Floge e Merrill, 1986), bombeiras (Yoder e Macdonald, 1998), militares (Yoder, Adams e Prince, 1983) estudantes de direito (Spangler, Gordon e Pipkin, 1978)” (Santos & Amâncio, 2014, p.707) e se os primeiros estudos corroboraram a teoria de Kanter, estudos subsequentes vieram questionar a autora, referindo que, basicamente, ao focar-se apenas nos números ou na proporção numérica, Kanter não permitiu reconhecer os fatores estruturais, culturais e psicológicos que podem afetar as interações entre grupos e, para além disso, ao apresentar uma análise “neutra”, no que diz respeito ao género, a autora ignorou “a relevância de fatores como o estatuto subordinado que as mulheres têm na sociedade” (Santos & Amâncio, 2014, p.708). A verdade é que Kanter apenas analisou mulheres *tokens*, mas generalizou as “dinâmicas do *tokenism*” a outros grupos sociais e contextos idênticos (Santos, 2017). Por isso, uma corrente sustentada em estudos realizados com vários grupos sociais (e.g., homens em diversas profissões femininas) veio criticar Kanter (e.g., ver Yoder, 1991). Os homens, mesmo sendo *tokens*, possuem um estatuto social mais elevado e um melhor posicionamento, quando comparados com as mulheres (Zimmer, 1988, citado por Santos, 2017) e, conseqüentemente, têm vivências diferentes das delas.

Outra das autoras que revoga a teoria de Kanter é Christine L. Williams (1995, citada por Santos & Amâncio, 2014), ao afirmar que, ao centrar-se apenas na proporção, Kanter também não considerou a existência de dinâmicas organizacionais, diferenças entre experiências de vida, interesses e motivações, tanto dos homens, como das mulheres.

Dito isto, e sendo totalmente ausente a investigação sobre o mundo dos moldes numa perspetiva de género, a nosso conhecimento, o presente estudo pretende analisar as dinâmicas de género neste contexto profissional, onde o número de mulheres é bastante escasso. Especificamente, iremos averiguar se se registam as três consequências negativas identificadas por Kanter em 1977, isto é, se, neste contexto profissional, as mulheres vivenciam: i) uma visibilidade tal que gere pressões para o seu bom desempenho; ii) uma polarização das diferenças por parte dos homens que as leve ao isolamento social; e iii) uma assimilação aos papéis estereotípicos do seu grupo de pertença por parte dos homens que as leve a ter dificuldade de se expressarem livremente. Além disso, na linha de Morais (2019) no contexto profissional da Força Aérea, procuraremos perceber como é que estas mulheres *tokens* gerem a situação neste mundo marcadamente masculino.

Capítulo II: Metodologia

Participantes

Numa abordagem qualitativa, os dados foram recolhidos através da técnica da entrevista individual semiestruturada. Foram entrevistadas 12 mulheres a exercerem a sua atividade em empresas de moldes, com idades compreendidas entre os 24 e os 52 anos ($M = 37,83$; $DP = 9,80$). Relativamente ao seu estado civil, seis destas mulheres estão casadas, quatro estão em união de facto e duas são solteiras.

No que concerne às suas habilitações, metade possui o 12.º ano de escolaridade, três possuem o 9.º ano, uma das entrevistadas tem uma licenciatura, outra realizou um mestrado e, ainda, outra concluiu um Curso Técnico Superior Profissional (TESP).

Todas as entrevistadas são residentes no distrito de Leiria, sendo a maior parte habitante na cidade da Marinha Grande, onde se centram as empresas de moldes na região. Os seus anos de experiência variam entre os dois e os 34 anos (ver Figura 4), sendo todas chefiadas por homens, à exceção de duas das entrevistadas (E7 e E12), que têm também uma mulher presente na chefia.

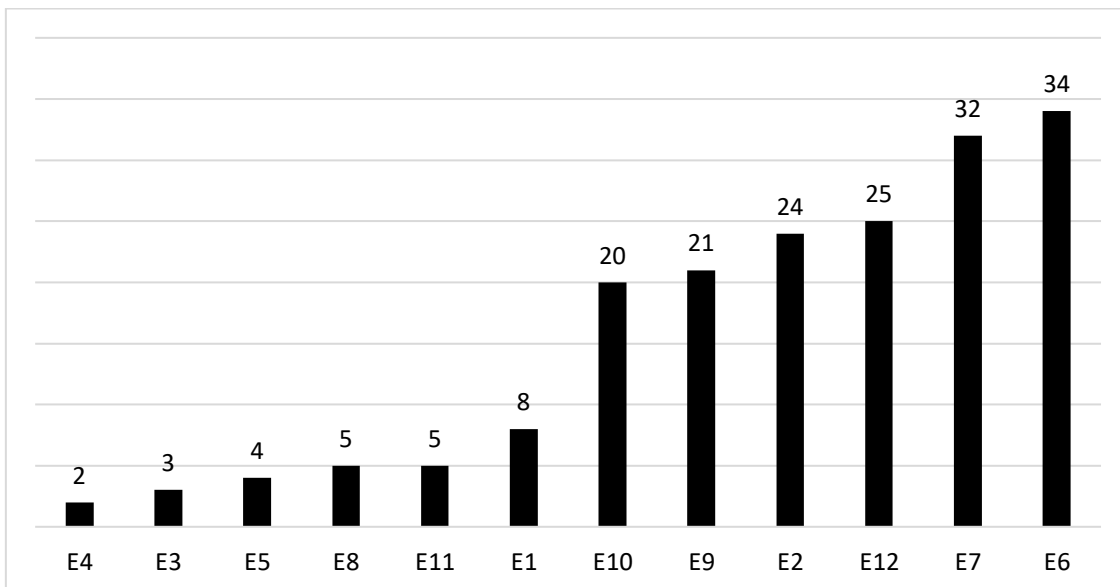


Figura 4. Anos de experiência por entrevistada

As entrevistadas ocupam cargos diversos, como, por exemplo, o de orçamentação, de encomendas e planeamento de trabalho, de operadora de desenho assistido por computador/manufatura assistida por computador (cad/cam), de projetista de moldes, de

operadora de comando numérico computadorizado (CNC), de fresadora convencional, de polidora de moldes, de fresadora de CNC, de técnica informática e controlo de qualidade e de certificação aeromática.

Instrumento

No que diz respeito à recolha de dados, esta foi realizada através de um breve questionário sociodemográfico (ver Anexo A), que atuou também como forma de “quebrar o gelo” entre a entrevistadora e as entrevistadas e, em seguida, através de um guião de entrevista semiestruturada (ver Anexo B). Previamente, as entrevistadas procederam à leitura do consentimento informado (ver Anexo C).

O breve questionário sociodemográfico continha perguntas, como a idade, naturalidade, habilitações literárias, anos de experiência, cargo que ocupa atualmente e quem está na direção (se é composto por homens e/ou mulheres)

O consentimento informado informa as participantes do procedimento, de que a participação das mesmas é voluntária, anónima e confidencial e que poderão desistir a qualquer instante.

O guião das entrevistas foi criado com base na revisão de literatura realizada, integrando os principais conceitos e tópicos gerais a ser estudados. Centrâmo-nos especificamente: i) no ingresso na indústria dos moldes; ii) nos desequilíbrios de género no contexto profissional; iii) nas consequências negativas associadas ao fenómeno do *tokenism* no contexto profissional atual; iv) e nas formas de gestão da situação por parte das mulheres.

Procedimento

As 12 entrevistadas foram todas recrutadas através do *Facebook*, onde foi publicado um *post* no grupo “Amigos dos Moldes”, referindo que procurávamos mulheres a exercer a sua atividade na indústria dos moldes disponíveis para entrevistas individuais de um estudo realizado no âmbito de uma dissertação de mestrado (ver Anexo D).

Depois de publicado o *post*, as mulheres que se manifestaram disponíveis foram todas contactadas através do *Messenger*. Nesta altura, foi-lhes enviado o consentimento informado, pela mesma via ou por correio, onde eram informadas dos objetivos de estudo e lhes era assegurado o seu anonimato e a confidencialidade.

Assinados os consentimentos, onde era solicitada a permissão para gravar as entrevistas, estas foram realizadas através da aplicação *Messenger* e gravadas no computador. Uma das entrevistas foi realizada por escrito, devido ao facto de uma das entrevistadas ser surda, e as restantes foram realizadas por chamada. As entrevistas foram todas realizadas entre os dias 12 de fevereiro e 25 de março de 2020, variando entre 7 minutos e uma hora ($M = 19$ minutos), sendo que a mais longa foi a que foi realizada por escrito. No final, as 11 restantes entrevistas foram transcritas e todas foram analisadas na totalidade.

Análise de dados

O material das entrevistas foi analisado através da metodologia da Análise temática, recorrendo, para tal, ao artigo de Virginia Braun e Victoria Clarke, “*Using thematic analysis in Psychology na Qualitative Research in Psychology*”, publicado em 2006. Segundo estas autoras, a análise temática é uma técnica que permite “identificar, analisar e relatar padrões (temas) dentro dos dados” (p. 79), em que, através de um conjunto de dados, leva a encontrar padrões repetidos de significado. Para Braun e Clarke (2006), a análise temática permite refletir sobre a realidade ou desvendar a superfície da “realidade”. Trata-se de uma análise parcialmente dedutiva e indutiva, uma vez que é sustentada por um quadro teórico, mas também está aberta a possibilidade de encontrarmos novos temas. Foi seguido o método contextualista em que é reconhecida a forma como os indivíduos criam significado da sua experiência e, por sua vez, as formas como o contexto social mais amplo se apresenta nesses significados, focando-se no material e nos limites da ‘realidade’. Este processo é composto por diretrizes de análise qualitativa onde a flexibilidade é necessária, pois é fulcral um movimento para trás e para a frente entre as diferentes fases do processo. As fases da análise temática são, então, as seguintes:

- 1) *Familiarização com os dados*: onde é realizada a transcrição dos dados, a leitura e releitura dos dados e o apontamento das ideias iniciais;
- 2) *Codificação inicial*: é realizada a codificação das características interessantes dos dados;
- 3) *Criação de temas*: é efetuado o agrupamento de códigos em potenciais temas;
- 4) *Revisão dos temas criados*: é verificada a compatibilidade entre os temas criados com os excertos codificados (nível 1) e o conjunto total de dados (nível 2), criando um “mapa” temático da análise.

- 5) *Definição e nomeação dos temas*: é realizada uma nova análise por forma a refinar as especificidades de cada tema e a “história” geral contada pela análise; criação de definições e nomes claros para cada tema em questão;
- 6) *Produção dos resultados/relatório*: são selecionados exemplos vividos e convincentes do excerto, análise final dos excertos selecionados, através da relação entre a análise realizada, a questão da investigação e a literatura.

Quanto aos temas de análise identificados, tendo em conta os objetivos da investigação e a revisão da literatura, são: i) reações ténues face à escolha da profissão; ii) alguns obstáculos à integração; iii) força física como razão para a indústria dos moldes permanecer um mundo masculino; iv) desigualdade de género nos salários; v) in/visibilidade das mulheres; vi) polarização das diferenças; vii) assimilação aos papéis estereotípicos; e viii) estratégias de gestão da situação. Estes serão abordados no capítulo seguinte.

Capítulo III: Resultados

A metodologia da análise temática permitiu-nos identificar oito grandes temas nos discursos das entrevistadas que denominamos da seguinte forma: i) reações ténues face à escolha da profissão; ii) alguns obstáculos à integração; iii) força física como razão para a indústria dos moldes permanecer um mundo masculino; iv) desigualdade de género nos salários; v) in/visibilidade das mulheres; vi) polarização das diferenças; vii) assimilação aos papéis estereotípicos; e viii) estratégias de gestão da situação (ver Figura 5).

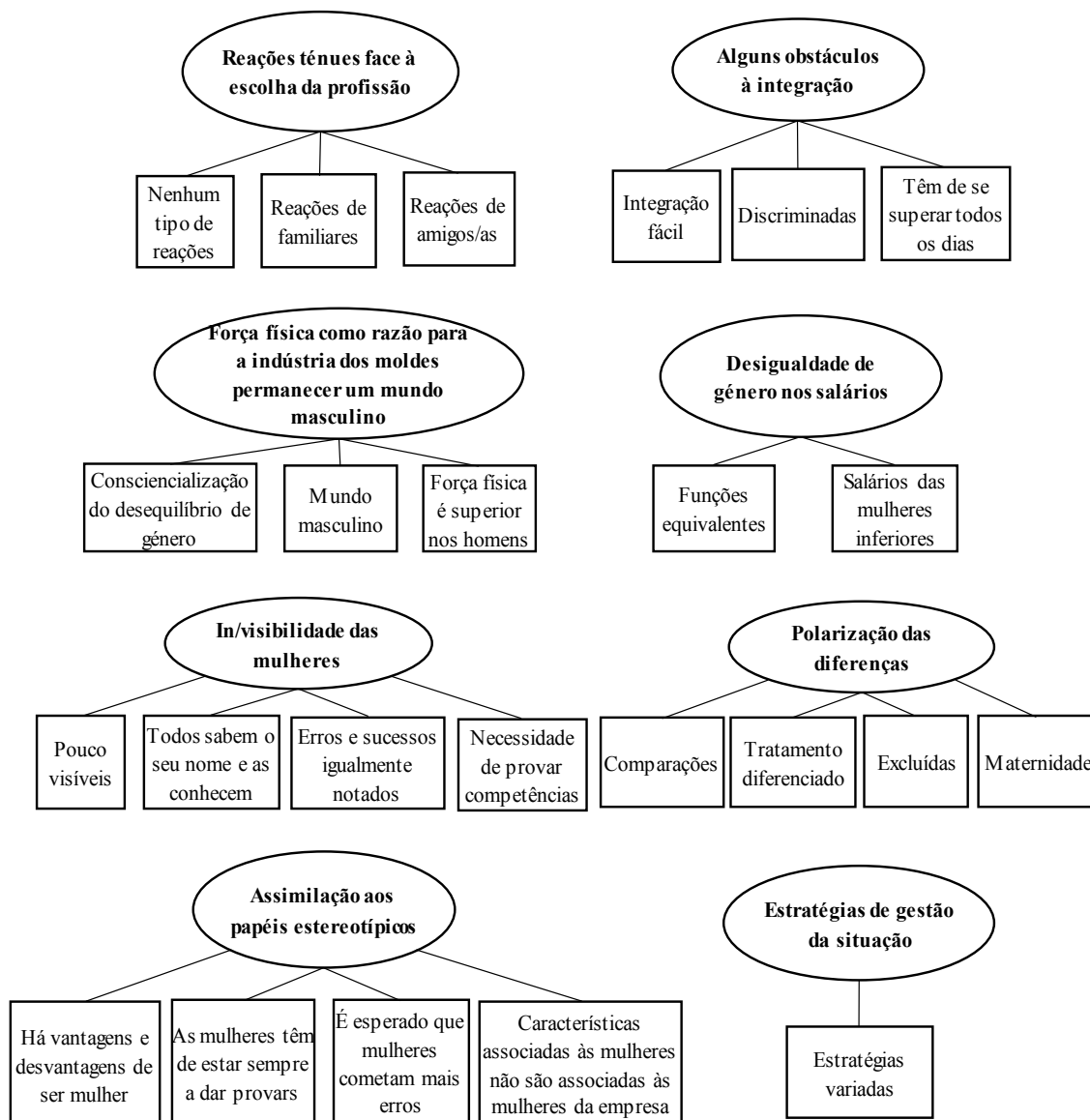


Figura 5. Mapa dos Temas e Subtemas

Reações ténues face à escolha da profissão

Um dos temas identificados no material das entrevistas prende-se com as reações por parte dos/as familiares e amigos/as das entrevistadas por elas terem optado por esta profissão masculina na indústria dos moldes, tendo as reações sido bastante ténues. Os discursos são polarizados, distinguindo-se entre a maioria das entrevistadas, que refere não ter causado nenhum tipo de reações, e as restantes, que referem diversos tipos de reações, desde familiares que estranharam, mas acabaram por se habituar à ideia, a outras pessoas que gostaram da ideia, ou ainda outras que as aconselharam a não ingressar na profissão, como ilustram os seguintes excertos:

“Não, porque a minha família, tanto o meu marido como os meus pais, trabalham nos moldes e, então, nunca tive fora, sempre conheci, e é o futuro.” (E1)

“Não. Foi também um pouco o incentivo do meu marido, mas foi uma opção minha.” (E3)

“Sim, porque tenho a maior parte da família dos moldes e disseram ‘pisga-te’, porque isto não é bom (risos).” (E4)

“Estranharam, mas nada de mais.” (E6)

“Por parte dos meus pais, não foi visto com muito bons olhos, com o tempo lá se habituaram.” (E7)

“Sim. Uns ficaram surpreendidos como eu estava a trocar para uma área completamente diferente quando tinha acabado com boas notas, etc... Outros, o meu marido, namorado, na altura, achou excelente ideia, nem que fosse pela experiência.” (E8)

Alguns obstáculos à integração

Outro tema identificado está relacionado com os obstáculos que as entrevistadas encontraram no seu processo de integração e adaptação no contexto profissional. Embora grande parte das entrevistadas refira que o processo correu relativamente bem e que foi uma integração fácil, algumas admitem que se sentiram discriminadas, ou por serem as

únicas mulheres no contexto, ou por ganharem menos, ou, ainda, por serem discriminadas pelos colegas mais novos e por todos os dias terem de se superar:

“Sim. Hum, mais ou menos, porque ainda vemos muito os homens, assim, a olhar. Por exemplo, andei a tirar uma formação de programação e eu era a única mulher no meio de 10 homens, sentia-se a discrepância.” (E1)

“Bem, nunca tive problemas. Quando estamos a iniciar, talvez até pelo facto de ser mulher, há uma proteção, digamos assim. São pacientes connosco e relacionam-se sempre bem.” (E2)

“Correu bem, fui muito bem recebida na empresa onde estive a estagiar. Depois, no final do estágio, fui convidada a ficar lá. É assim, não é fácil, todos os dias temos de nos superar.” (E3)

“Da minha parte, não foi mau, porque sempre fui criada com homens. Por parte dos meus colegas, os mais novos, não viram isso com bons olhos. Fiquei surpreendida com as pessoas de mais idade, porque até me meteram à vontade e ofereciam ajuda.” (E7)

“Sim, pelo menos, por parte das chefias. Havia a mentalidade retrógrada de que as mulheres eram para ficar em casa. Da parte dos meus colegas, não.” (E7)

“No meio de muitos homens, a gente ‘sofre’ ao ouvir uma boca ali, uma boca ali. Não podemos é ligar a isso. E, quando começamos a saber mais do que eles, homens, eles sentem-se incomodados com isso. Apesar disso, sempre me consegui dar normalmente com eles.” (E9)

Força física como razão para a indústria dos moldes permanecer um mundo masculino

O terceiro grande tema identificado no material das entrevistas revela que existe alguma consciencialização entre as entrevistadas de que há um desequilíbrio de género na indústria dos moldes, percebendo que esta constitui ainda um mundo muito masculino, sobretudo devido à questão da força física, que é superior nos homens e que, por vezes, é necessária neste contexto profissional. Os seguintes excertos são bastante ilustrativos:

“Às vezes, colocar um bloco enorme de aço dentro de uma máquina, apesar de ter o auxílio da ponte, é sempre preciso uma força, uma destreza mais inerente aos homens que às mulheres.” (E2)

“Acho que é, acima de tudo, porque antigamente havia uma mentalidade de que as mulheres deveriam trabalhar em casa, algo com menos esforço, e, quer queiramos, quer não, há muitas partes dos moldes que exigem força. E, ainda, há muito aquela barreira de que a mulher não é capaz de fazer o que o homem faz. Eu acho que já está a mudar um pouco, mas ainda é um pouco por aí, por haver a mentalidade de que a mulher não é capaz de aguentar o peso ou as coisas que o homem faz.” (E4)

“Acho que ainda é a mentalidade retrógrada. E, por incrível que pareça, os mais novos têm mais essa ideia, de que as mulheres não são feitas para os moldes, pelo menos na parte física, de que nós [mulheres] temos limitações físicas. Quando têm um homem ou uma mulher vão ter com um homem, mesmo quando a mulher possui mais conhecimentos.” (E7)

“Sim. Na altura, não trabalham muitas mulheres, ou quase nenhuma. Aqui, nesta zona, só havia três mulheres e nada na fabricação, porque era o mundo de homens e era preciso força.” (E7)

“Na parte fabril, é um bocado puxado, não é fácil. Estamos a falar de estar no mínimo 8 horas em pé, é um bocado de esforço. Onde se vê mais mulheres é nas comerciais, desenho, isso, já se vê muita mulher.” (E9)

“Talvez por ser um trabalho que, inicialmente, era por força, era mais força física, porque não havia a tecnologia que há hoje. Só posso ver que seja por aí, porque, de resto, a capacidade de lidar com máquinas, a capacidade de medições, a capacidade de desenvolver projetos, é igual.” (E12).

Desigualdade de género nos salários

Outro tema identificado centra-se na questão da desigualdade de género em termos salariais, sendo salientado por parte de várias entrevistadas que, apesar de

desempenharem funções equivalentes aos homens, tal não se manifesta da mesma forma nos salários, ganhando elas menos do que eles:

“Às vezes, o que me irrita é um colega meu fazer o mesmo que eu e ganhar mais que eu. Isso é típico, mas, pronto, tive de me habituar a isso e lutar contra isso.”

(E6)

“Tive de lutar para me impor, em termos profissionais. Nota-se bem a diferença, em termos de ordenados, e quando os patrões precisam de algo vão ter com os homens, não com as mulheres.” (E7)

“Por aquilo que vejo e sei... por exemplo, eu, a fazer o mesmo trabalho que o homem, devia ganhar o mesmo, se faço o mesmo tão bem ou melhor que ele, devia ganhar o mesmo, mas não é isso que acontece.” (E9)

“Para mim, é relativamente a salários. Os enfermeiros, o homem e a mulher ganham por igual, nos moldes não é tanto assim.” (E9)

In/visibilidade das mulheres

O quinto grande tema identificado prende-se com a questão da in/visibilidade das entrevistadas por serem mulheres num contexto profissional masculino, em torno do qual se registam discursos contraditórios. De facto, por um lado, a maior parte das entrevistadas refere não se sentir mais visível por ser mulher neste contexto, pelo contrário, sentem que os homens são mais visíveis, por serem mais. Contudo, por outro lado, é admitido que todos os colegas sabem o seu nome e as conhecem. Aliás, algumas destas mulheres são “solos” na empresa, estando ainda mais visíveis por serem únicas. Porém, a maioria não sente que os seus erros e sucessos sejam mais notados do que os dos homens, nomeadamente porque erram pouco, mas algumas referem uma pressão ou necessidade acrescida de provar as suas competências neste mundo masculino pelo facto de serem mulheres, como mostram os seguintes excertos:

“[Alguma vez sentiu uma necessidade acrescida de provar as suas competências e/ou pressões para um melhor desempenho, pelo facto de ser mulher?] Sim, sem dúvida.” (E2)

“Sim, porque eu, a dada altura, fiquei desempregada e foi muito difícil integrar na mesma área outra vez, tive de fazer provas e mostrar o que valho para conseguir emprego.” (E6)

“[E em relação aos seus sucessos?] É igual, nesse aspeto, é igual. Não há diferença de género.” (E7)

“Não. Às vezes até mais invisível. Os homens acabavam, às vezes, por combinar ir ao café após o horário laboral, mas raramente as mulheres estavam convidadas.” (E8)

“Quem está mais visível são, sem dúvida, os homens. Mas isso, porque só agora é que estão a ser introduzidas as mulheres na área. Penso que seja por isso.” (E11)

“[Sente-se mais visível por ser mulher?] Sim, dão-me mais atenção por isso.” (E11)

Polarização das diferenças

Outro grande tema identificado está relacionado com a polarização das diferenças entre os homens e as mulheres, percebendo-se, uma vez mais, uma grande diversidade de opiniões. Procurava-se perceber se o grupo dos dominantes (i.e., os homens) tende a exagerar as diferenças entre eles e o grupo minoritário (i.e., as mulheres), levando-as ao isolamento social ou acomodação. E, de facto, é possível compreender que, segundo as entrevistadas, são feitas comparações entre os homens e as mulheres. Há uma relação diferente entre homens (entre os quais há, por exemplo, uma maior camaradagem e convívio, mas também uma linguagem mais agressiva, menos respeitosa, etc.) e entre mulheres, sendo feitas comparações entre homens e mulheres no contexto profissional, nomeadamente, devido à questão da força física. Algumas sentem que foram tratadas de forma diferente da dos homens, sobretudo devido à questão da maternidade. Outras sentem-se, inclusive, excluídas dos cafés ou dos jantares combinados pelos homens após o horário laboral:

“Acontece muito. Os homens têm aquela camaradagem, há sempre petiscos, há sempre determinados temas. Além da parte profissional, há sempre a parte social, são sempre os “amigalhaços”. Connosco, já não existe isso. Quando interagem connosco, é somente a parte profissional.” (E2)

“O modo de falar entre eles é um pouco, talvez, agressivo e comigo, não.” (E3)

“Sim. Os homens acabam por convidar apenas homens.” (E8)

“Os homens acabavam, às vezes, por combinar ir ao café após o horário laboral, mas raramente as mulheres estavam convidadas.” (E8)

“Acho que quando damos uma opinião de como devia de ser feito, os homens diziam que não e acabou por ser feito como eu dizia. Aí, senti-me um bocado, será que foi por ser mulher? Não sei, mas foi a sensação com que fiquei.” (E10)

“Só agora, nos últimos tempos, é que tenho sentido que há uma discriminação, mais depois de ser mãe, porque somos colocadas um pouco de parte. Quando há uma emergência ou é preciso alguma coisa não é connosco que vêm ter, porque preferem procurar uma pessoa que sabem que não tem desculpa para não ficar a trabalhar depois da hora de saída.” (E2)

“Apenas quando passam a ser mães ou a engravidar. Ainda não passei por isso, nem reparei em tal lá, mas, por vezes, julgo haver falta de compreensão com o facto de terem de se ausentar mais.” (E8)

Assimilação aos papéis estereotípicos

O sétimo tema identificado centra-se na questão da assimilação aos papéis estereotípicos femininos. Percebe-se que as entrevistadas sentem que, enquanto mulheres, têm, apesar de tudo, algumas vantagens no local de trabalho ligado à indústria dos moldes (e.g., como serem mais minuciosas e cautelosas com o trabalho), mas também têm bastantes desvantagens, nomeadamente o facto de terem de trabalhar o dobro para provarem que valem tanto como os homens. Já no caso dos homens, estes são vistos como tendo muito mais vantagens do que desvantagens num mundo que ainda é dominado por eles. O trabalho dos homens não é questionado tanto quanto o das mulheres e conseguem-se afirmar mais no contexto, no entanto, é a eles que lhes é pedido para fazerem mais horas e trabalharem ao fim de semana, porque são vistos como tendo mais disponibilidade. Apesar disso, as entrevistadas entendem que alguns homens acham que

as mulheres desempenham as suas funções de forma equivalente e têm boas expectativas em relação ao seu trabalho, ainda que outros esperem que elas cometam mais erros do que eles. Além disso, grande parte das entrevistadas refere que as características geralmente associadas às mulheres e ao estereótipo feminino (e.g., o ser mais frágeis, mais emotivas, etc.) não são associadas às mulheres da sua empresa, marcadamente masculina, mas, do total das entrevistadas, apenas duas (a E4 e E10) referem que as mulheres tendem a assumir posturas tradicionalmente masculinas, todas as outras assumem posições mais femininas:

“É complicado. É trabalhar o dobro para poder mostrar que se vale tanto quanto um homem.” (E2)

“Qualquer coisa, nunca duvidam tanto do trabalho desempenhado por um homem do que por uma mulher.” (E2)

“Alguns esperam que erremos para poderem dizer que isto é o mundo dos homens. A maior parte espera tanto de nós quanto deles, não fazem diferenciação.” (E4)

“[Os homens] têm facilidades. Nós é que temos de mostrar que conseguimos tanto quanto eles.” (E7)

“Havia uma exceção, mas a maior parte tinha tendência a assumir posições mais femininas... A maior parte gosta de se arranjar e tem maneira de estar muito mais feminina.” (E2)

“[As mulheres tendem a assumir posturas] tradicionalmente femininas. Só temos uma situação que tem uma postura mais masculina talvez, mais fria.” (E3)

“Ainda no outro dia tinha as máquinas a trabalhar e nós temos um dia onde pomos a limalha e como tinha as máquinas a trabalhar fui puxar a limalha e passou o meu patrão e disse ‘ó Ana não faça isso e vá chamar um deles’ e eu disse ‘não, eu sou igual a eles’, tipo eu não quero que eles me vejam mais frágil por isto ou por aquilo.” (E9)

Estratégias de gestão da situação

Um último tema identificado diz respeito às estratégias de gestão da situação utilizadas por estas mulheres que exercem a sua atividade neste mundo masculino, que é a indústria dos moldes. Registam-se estratégias muito variadas entre as entrevistadas, desde gerir bem a situação, de forma completamente “normal”, sendo elas próprias, a ignorar a situação, ou procurar passar despercebida, não dando “tanta ênfase à parte feminina” para não suscitar comentários por parte dos homens, ou impor-se um pouco para se fazer ouvir, ou procurar manter o distanciamento deles, ou o desprezo, ou, ainda, procurando interagir adotando o modelo masculino, enquanto homens, sendo mais brutas:

“Ignoro, respondo, às vezes, num tom de brincadeira. Eu não me calo. (...) Eu vou sempre assim respondendo, porque eu não... tem de ser numa boa onda, porque não nos podem pisar, porque somos todos iguais.” (E1)

“Eu sou da opinião de não dar tanta ênfase à parte feminina. Quando vou trabalhar, não me costumo aperaltar para não suscitar situações ou comentários. Era uma das minhas defesas, digamos assim, estratégias.” (E2)

“Depois destes anos de experiência já giro bem. No início, foi complicado, porque uma mulher no mundo dos homens, não é bem visto. Foi complicado, tanto de me impor como mulher, como esposa, como tudo” (E7)

“Assumo normalmente, às vezes, tenho que me impor um bocadinho.” (E10)

“Tem que se manter o distanciamento, obviamente.” (E11)

“O desprezo, às vezes, é o melhor.” (E9)

“Às vezes, estamos numa conversa com homens e interajo com eles como se fosse homem.” (E10)

“Normalmente, nunca é muito necessário, mas, num caso ou outro, tenho de ser mais bruta, mas normalmente isso não acontece. Não posso é dar azos a intimidade.” (E11)

Capítulo IV: Discussão dos Resultados

Esta dissertação tem como objetivo geral a análise das dinâmicas de género no mundo industrial dos moldes, onde já começa a verificar-se a presença de algumas mulheres. Guiadas pela teoria do *tokenism* de Kanter (1977) e pela perspectiva de Laws (1975), neste contexto de análise, o grupo retratado é o grupo distorcido, com uma proporção de cerca de 85:15, onde, segundo Kanter, os dominantes controlam o grupo e a cultura e os *tokens* são tratados como representantes da sua categoria, neste caso, a das mulheres. Aliás, no contexto analisado, algumas mulheres são solas, o que significa que são as únicas a exercer a sua atividade no contexto profissional. Dito isto, pensamos que seria interessante analisar as dinâmicas de género existentes neste contexto e perceber se se registam, de facto, as consequências negativas referidas por Kanter (1977, 1993), ou seja, uma visibilidade tal que gere pressões para o desempenho; uma polarização das diferenças por parte dos homens que leve ao isolamento social das mulheres; e uma assimilação dos papéis estereotípicos que torne a liberdade de estas mulheres se exprimirem mais difícil.

Depois de efetuada uma análise às características da direção das empresas de que as entrevistadas fazem parte, é claro o facto de existirem poucas, ou nenhuma, mulheres em cargos de chefia nestas empresas. Apenas duas das 12 entrevistadas (E7 e E12) referem que têm uma mulher na chefia. Tal está em consonância com a análise de Casaca e Lortie (2018), que indicam que, muitas vezes, as mulheres sofrem de discriminação no seu local de trabalho e são “impedidas” de alcançar cargos de maior responsabilidade, encontrando o chamado “teto de vidro” ou até o “chão pegajoso” enquanto que os homens têm frequentemente à sua espera a “escada rolante de vidro” que os leva rapidamente para os cargos de chefia da empresa.

Quanto à escolha da profissão por parte destas mulheres, no geral, registam-se reações bastante ténues. Alguns dos familiares estranharam a sua opção de ingressar na área dos moldes, mas acabaram por se habituar à ideia, outros/as gostaram da ideia e, outros/as, ainda, aconselharam a não ingressar na profissão por saberem por experiência própria como é trabalhar na área. Portanto, não se registaram discursos negativos ou de resistência por se tratar de um contexto profissional masculino.

No entanto, verificam-se alguns discursos contraditórios relativamente ao processo de integração e adaptação no contexto profissional. Algumas entrevistadas referem não ter encontrado qualquer tipo de obstáculos, mas outras admitem já se ter

sentido discriminadas por serem as únicas mulheres presentes, ou por ganharem menos, sentindo que todos os dias se têm de superar para se afirmarem num contexto que ainda é marcadamente masculino. Dito isto, é possível verificar que há uma consciencialização entre as entrevistadas de que ainda existe alguma discriminação face às mulheres neste contexto profissional, estando em clara desvantagem, em comparação com os homens.

Quanto ao primeiro objetivo específico, relativo à primeira consequência negativa apontada por Kanter, da visibilidade, as entrevistadas também apresentam discursos contraditórios, afirmando que não se sentem mais visíveis por ser mulheres. Contudo, admitem que todos sabem o seu nome e as conhecem no local de trabalho, algo que é ainda mais verdade no caso de algumas das entrevistadas que são “solos”, tornando-se ainda mais visíveis por serem únicas. A maioria não sente que os seus erros e sucessos são mais notados do que os dos homens, apesar disso, algumas delas indicam uma pressão acrescida para o desempenho e para provarem as suas competências neste mundo masculino, na linha do que verificou Williams (1995). Tal poderá indicar que, neste caso, a visibilidade a que estas mulheres estão sujeitas pode aumentar o seu desempenho, uma vez que elas sentem essa pressão para o desempenho e tentam demonstrar que são, pelo menos, tão competentes e capazes quanto os homens.

Em relação ao segundo objetivo específico, de verificar se há uma polarização das diferenças da parte dos homens que leve as mulheres ao isolamento social, a segunda consequência negativa apontada por Kanter (1977, 1993), verifica-se novamente uma grande diversidade de discursos. Contudo, é claro que as entrevistadas se sentem em constante comparação com os seus colegas, homens, nomeadamente na questão da força física. Estas revelam que há uma relação diferente entre os colegas homens, em que estes têm entre si um maior sentido de camaradagem e convívio e uma linguagem mais agressiva e menos respeitosa. Revelam, ainda, que já se sentiram tratadas de forma diferente da dos homens, nomeadamente, quanto à questão da maternidade e sentem-se colocadas de parte ou excluídas, por exemplo, em relação a convívios em cafés e/ou jantares combinados entre os homens após o horário laboral. Outro ponto onde as entrevistadas se sentem tratadas de forma diferente prende-se com a questão dos salários, sentindo que, apesar de desempenharem funções equivalentes às dos homens, o vencimento deles continua a ser superior ao seu. Todas estas manifestações revelam que estas mulheres *tokens* acabam por ficar um pouco à “margem” dos homens, podendo, de facto, levar a algum isolamento social da sua parte no local de trabalho, como afirmou Kanter em 1977.

O terceiro objetivo específico, de verificar se há uma assimilação aos papéis estereotípicos femininos por parte dos homens que leve as mulheres a ter dificuldade de se expressarem livremente, a terceira, e última, consequência negativa apontada por Kanter (1977, 1993) que pressupõe, de alguma forma, que os atributos das mulheres *tokens* são distorcidos de forma a encaixarem nas generalizações pré-existentes na sociedade, verifica-se em parte. De facto, quando questionadas diretamente, das 12 entrevistadas, 10 afirmam que as características geralmente associadas às mulheres e ao estereótipo feminino, como sendo, por exemplo, mais frágeis ou emotivas, não são associadas às mulheres da sua empresa. As duas restantes entrevistadas apontam que algumas das mulheres com quem trabalham assumem posturas tradicionalmente masculinas. Contudo, as entrevistadas salientam que é diferente ser homem ou ser mulher neste contexto profissional da indústria dos moldes, com desvantagens para as mulheres. Uma das desvantagens prende-se com o facto de as entrevistadas sentirem claramente que têm de trabalhar o dobro para provarem que valem tanto como os homens, na linha de Williams, que, já em 1995, referiu que, muitas vezes, as mulheres sentem que é necessário “*to work twice as hard as men to be considered half as good*” (p.105). As entrevistadas referem que o trabalho dos homens não é tão questionado como o delas e conseguem-se afirmar mais no contexto. Porém, é-lhes mais solicitado a eles que façam mais horas e que trabalhem aos fins de semana, porque são vistos como tendo mais disponibilidade do que as mulheres, a quem continuam a caber a maior parte das tarefas domésticas (Andrade, 2013). Apesar disso, embora seja entendido que alguns homens acham que as mulheres desempenham as suas funções de forma equivalente e têm boas expectativas em relação ao seu trabalho, também percebem que há outros homens que esperam que elas cometam mais erros do que eles neste mundo ainda marcadamente masculino. No terceiro tema identificado nos resultados fica claro que há alguma consciencialização entre as entrevistadas sobre esta realidade, considerando que a indústria dos moldes permanece um mundo masculino, sobretudo, devido à questão da força física, que é um atributo do masculino.

Quanto ao último objetivo específico, de se perceber como é que estas mulheres gerem a situação em condição de *tokens* neste mundo ainda marcadamente masculino, os discursos das entrevistadas revelam uma panóplia de estratégias, tal como verificou Morais (2019). De facto, à semelhança desta autora, no contexto da Força Aérea, também neste caso, são apontadas desde estratégias bastante subtis (e.g., limitando-se a ser elas próprias, ignorando a situação ou procurando passar despercebidas, retraindo a sua parte

mais feminina de forma a não suscitar comentários por parte dos homens) a estratégias mais radicais (e.g., impondo-se mais para se fazerem ouvir; mantendo o distanciamento social ou o desprezo total; ou assumindo uma postura mais masculina, interagindo com os homens como se também fossem homens), para procurarem sobreviver na indústria dos moldes.

Assim, é possível concluir que, no geral, se regista o fenómeno do *tokenism* no contexto empresarial dos moldes, onde as mulheres são *tokens*, constituindo ainda uma pequena minoria na área. Os homens, grupos dos dominantes, usufruem de mais vantagens e menos desvantagens que as mulheres, mas as funções são desempenhadas de igual forma.

Resta-nos referir que este estudo é bastante inovador nesta área, onde a escassa existência de estudos prejudicou certamente esta análise, na medida em que não nos permitiu ter dados estatísticos que corroborassem a afirmação de que há poucas mulheres no ramo industrial dos moldes. Outra limitação é o facto de este ser um estudo qualitativo, não permitindo a generalização dos seus resultados para outros contextos da sociedade.

Finalmente, e para investigações futuras, seria pertinente considerar uma amostra mais alargada e incluir os indivíduos do sexo masculino, de forma a perceber e analisar o ponto de vista destes sobre as dinâmicas de género vigentes no mundo industrial dos moldes.

Referências

- Andrade, C. (2013). *Relações trabalho-família e género: Caminhos para a conciliação*. Lisboa: Coisas de ler.
- Anónimo. O processo productivo de um molde. Disponível em: http://formacao.training.pt/?page_id=50
- Beira, E. et al. (2003). Dos moldes à engenharia do produto, a trajectória de um cluster. Working papers “Mercados e Negócios” TSI. Escola de Engenharia Universidade do Minho. Disponível em http://www3.dsi.uminho.pt/ebeira/wps/wp34_2003.pdf
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Casaca, S. F., & Lortie, J. (2018). *Género e mudança organizacional*. Turim: Centro Internacional de Formação da OIT. Disponível em https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---europe/---ro-geneva/---ilo-lisbon/documents/publication/wcms_682648.pdf
- Castelão, A. M. S. (2013). *Riscos profissionais e lesões musculoesqueléticas: Na indústria dos moldes da Marinha Grande*. Dissertação de Mestrado em Gestão de Prevenção de Riscos Laborais. Leiria: Instituto Superior de Línguas e Administração de Leiria. Disponível em http://recil.grupolusofona.pt/bitstream/handle/10437/3986/Alda%2520Castelão_13.pdf?sequence=1
- Cefamol (2019). Gestão de Pessoas. *O molde*, 122, 52. Disponível em <https://www.cefamol.pt/index.php?id=46&idn=208>
- Cefamol (2019). História do setor. Disponível em <https://www.cefamol.pt/index.php?id=29>
- Cefamol (2019). Indústria portuguesa de moldes. Disponível em <https://www.cefamol.pt/index.php?id=30>
- Gomes, N. M. D. (2005). *A Indústria portuguesa de moldes para plásticos: História, património e sua musealização*. Dissertação de Mestrado em Museologia e Património Cultural. Coimbra: Universidade de Coimbra. Disponível em https://nomundodosmuseus.hypotheses.org/files/2009/09/tese_mestrado_nuno_gomes.pdf
- Kanter, R. M. (1993). *Men and women of the corporation*. New York: Basic Books.

- Kanter, R. (1977). Some effects of proportions on group life: Skewed sex ratios and responses to token women. *The American Journal Sociology*, 82, 965-990. <https://doi.org/10.1086/226425>
- Laws, J. L. (1975). The psychology of tokenism: an analysis. *Sex Roles*, 1, 51-67. <https://doi.org/10.1007/BF00287213>
- Moitinho, N. (2009). Discriminação no mercado de trabalho: Ser mãe ou não ser? Disponível em: <http://www.qtel.pt/index.php/14-quem-somos/83-discriminacao-no-mercado-de-trabalho-ser-mae-ou-nao-ser>
- Monteiro, M. G. S. (2010). *Comunicação empresarial, inglês e tradução: Um estudo do correio electrónico em empresas portuguesas de moldes para plásticos no quadro da gramática sistémico-funcional*. Dissertação de Doutoramento em Linguística. Lisboa: Universidade de Lisboa. Disponível em https://repositorio.ul.pt/bitstream/10451/2276/1/ulsd058998_td_Maria_Monteiro.pdf
- Morais, P. S. (2019). *Dinâmicas de género num contexto profissional masculino: O caso da Força Aérea Portuguesa*. Dissertação de Mestrado em Psicologia Social e das Organizações. Lisboa: ISCTE-IUL. Disponível em <https://repositorio.iscte-iul.pt/handle/10071/19728>
- OIT (2018). Iniciativa mulheres no trabalho: O impulso para a igualdade. Relatório do Diretor Geral. Conferência Internacional do Trabalho. Disponível em: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---europe/---ro-geneva/---ilo-lisbon/documents/publication/wcms_715121.pdf
- Santos, M. H. (2017). Desigualdades de género em profissões qualificadas e resistências à mudança: um percurso de investigação. In J. M. Oliveira e L. Amâncio (Ed.), *Géneros e sexualidades: interseções e tangentes* (pp. 55-72). Lisboa: CIS-IUL.
- Santos, M. H., & Amâncio, L. (2014). Sobremínorias em profissões marcadas pelo género: consequências e reações. *Análise Social*, 212, 700-726. Disponível em http://analisesocial.ics.ul.pt/documentos/AS_212_d04.pdf
- Silva, R. S. (2016). Fabrico de moldes: ‘mundo de homens’ qua está a atrair cada vez mais mulheres. *Jornal de Leiria*. Disponível em <https://www.jornaldeleiria.pt/noticia/fabrico-de-moldes-mundo-de-homens-que-esta-atrair-cada-vez-m-3319>
- Soares, F. M. J. (2015). *Gestão da mudança e do desempenho: O setor dos moldes para plástico na Marinha Grande*. Dissertação de Mestrado em Gestão de Recursos

- Humanos. Leiria: Instituto Superior de Línguas e Administração de Leiria.
Disponível em http://recil.grupolusofona.pt/bitstream/handle/10437/8868/FranciscoSoares_Disserta%CC%83o_ISLA_MGRH_2015.pdf?sequence=1
- Taylor, J. (2019). *Me too movement*. Disponível em <https://www.essaytyping.com/me-too-movement/>
- Vieira, F. D. (2007). *Distritos industriais e inovação: O sector dos moldes em Portugal*. Dissertação de Doutoramento em Engenharia de Produção de Sistemas. Minho: Universidade do Minho. Disponível em <https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/7315/1/tese%2520de%2520Doutoramento.pdf>
- Williams, C. L. (1995). *Still a Man's World. Men who do "Women's Work"*. London: University of California Press.
- Zurich Termoplásticos (2019). Quais os tipos de moldes para injeção de termoplástico? Disponível em <https://www.injecao-de-plasticos.com.br/quais-os-tipos-de-moldes-para-injec%CC%A7o-de-termoplastico/>

Anexos

Anexo A – Consentimento Informado



Consentimento Informado

O presente estudo surge no âmbito do projeto final de dissertação do Mestrado em Psicologia Social e das Organizações a decorrer no **ISCTE- Instituto Universitário de Lisboa** e tem como objetivo geral analisar as dinâmicas de género que existem na indústria dos moldes.

O estudo encontra-se a ser realizado pela Jessica Bento (jb_1003@icloud.com), sob orientação da Doutora Maria Helena Santos (helenasantos@iscte-iul.pt), investigadora no Centro de Investigação e Intervenção Social (CIS-IUL) da mesma instituição, que poderá contactar caso surja alguma dúvida ou deseje partilhar algum comentário.

A sua participação, que será muito valorizada, consiste em responder a uma entrevista individual semiestruturada, que será gravada em áudio por forma a assegurar que a informação obtida será tratada de forma integral e com a maior imparcialidade. Esta poderá durar cerca de 45 minutos. Não existem riscos significativos expectáveis associados à participação no estudo. Ainda que possa não beneficiar diretamente com a participação no estudo, as suas respostas vão contribuir para o término deste projeto.

A participação neste estudo é estritamente **voluntária**: podendo escolher participar ou não participar. Se escolher participar, pode interromper a participação em qualquer momento sem ter de prestar qualquer justificação. A sua participação é também **anónima** e **confidencial**. Os dados destinam-se apenas a tratamento estatístico, podendo ser publicado numa publicação científica. Em nenhum momento do estudo precisa de se identificar.

Face a estas informações, peço que indique se aceita participar neste estudo:

ACEITO

NÃO ACEITO

Nome: _____ Data: _____

Assinatura: _____

Anexo B – Questionário dos Dados Sociodemográficos**Dados Sociodemográficos**

N.º da entrevista	
Idade	
Nacionalidade	
Naturalidade	
Estado civil	
Filhas/os	
Habilitações literárias	
Ano em que começou a exercer a profissão, (anos de experiência)	
Local de trabalho atualmente	
Cargo/posto que ocupa atualmente	
Quem está na Direção (homem ou mulher)	
Outra informação relevante	

Anexo C – Guião para as entrevistas das mulheres

1. Ingresso na indústria dos moldes

Quando decidiu trabalhar nesta área? Como foi que entrou para esta profissão?

Por que optou por esta profissão? Foi a 1ª opção?

Causou reações por parte da família, amigas/os, etc.?

Como correu o processo de integração e adaptação na profissão? Encontrou algumas barreiras ou obstáculos ao longo da sua vida profissional?

2. Desequilíbrios de género no contexto profissional

Quando olhamos para o N° de homens e mulheres na indústria dos moldes, verificamos uma grande diferença numérica, com uma prevalência de homens.

O que pensa desta situação?

Por que razão acha que esta situação acontece? (i.e., como a interpreta e explica)?

3. Contexto profissional atual – Consequências do *tokenism*

Na sua opinião, existe alguma diferença em termos de quem está mais visível ou é foco de maior atenção na indústria dos moldes, se os homens ou as mulheres?

E relativamente ao seu contexto profissional atual, qual é a sua opinião?

Sabe quantas mulheres e homens existem no seu contexto de trabalho?

Pessoalmente, sente-se mais visível por ser mulher? Sente que todos sabem o seu nome e a conhecem?

Alguma vez sentiu uma necessidade acrescida de provar as suas competências e/ou pressões para um melhor desempenho, pelo facto de ser mulher?

Sente que os seus erros são ou mais notados do que os dos homens? E os seus sucessos?

Em relação ao contexto profissional, já alguma vez se sentiu tratada de forma diferente da dos seus colegas homens, por ser mulher? Sente que as mulheres são tratadas de outra forma? Qual?

Sente que, por vezes, são feitas comparações entre homens e mulheres? Considera que há tratamentos diferenciados por serem mulheres?

Já alguma vez se sentiu excluída ou ignorada pelos seus colegas (e.g., em conversas, das saídas com colegas, etc.)? Alguma vez observou alguma colega ser discriminada, de alguma forma, por ser mulher?

Em suma, já sentiu algum obstáculo à sua aceitação, integração ou adaptação, ou assédio, ou restrições, ou suspeição, ou resistências por parte dos seus colegas homens?

O que é, para si, ser mulher nas empresas de moldes? Há vantagens ou desvantagens?

E o que é ser homem? Há vantagens ou desvantagens?

Quais pensa serem as expectativas dos seus colegas homens face a si, enquanto mulher, a exercer a sua profissão? O que pensa que eles esperam das mulheres neste contexto profissional?

Pensa que eles acham que exerce a sua profissão de forma igual, enquanto mulher, ou diferente? Porquê?

Pensa que as características geralmente associadas às mulheres (e.g., que, em geral, são percebidas como sendo mais frágeis, mais emotivas, etc.) são assimiladas às mulheres da sua empresa? É isso que se requer delas?

Na sua empresa, as mulheres tendem a assumir posturas tradicionalmente masculinas ou femininas? As mulheres tendem a combater os papéis estereotipados ou aceitam-nos?

4. Gestão da situação

Sendo uma mulher a exercer a sua atividade num mundo masculino, como gere a situação?

Recorre a algum tipo de estratégia para se integrar melhor neste contexto profissional?

Anexo D – *Post no Facebook dos “Amigos dos Moldes”*



A screenshot of a Facebook post. At the top left is a circular profile picture of a woman with dark hair. To its right, the name "Jessica Bento" is written in bold, followed by the date and time "10 de fevereiro às 18:17". In the top right corner of the post area, there are three dots. The main text of the post reads: "Boa tarde, procuro MULHERES que trabalhem na indústria de moldes e que não se importem de responder a umas questões para a minha tese. Preciso mesmo da vossa ajuda! Obrigada". Below the text, there is a reaction bar showing a thumbs-up icon and a sad face icon, followed by the text "Susana Rito e 6 outras pessoas" and "28 comentários". At the bottom of the post, there are two buttons: "Gosto" with a thumbs-up icon and "Comentar" with a speech bubble icon.

Jessica Bento
10 de fevereiro às 18:17

Boa tarde, procuro MULHERES que trabalhem na indústria de moldes e que não se importem de responder a umas questões para a minha tese.
Preciso mesmo da vossa ajuda!
Obrigada

  Susana Rito e 6 outras pessoas 28 comentários

 Gosto  Comentar