

Área Temática: Gestão de Pessoas: GPESS

**REPRESENTAÇÕES SOCIAIS DE ESTUDANTES SOBRE AS DISSIDÊNCIAS  
DE GÊNERO NA PROFISSÃO DE ADMINISTRADOR**

## **Resumo**

Com o objetivo de analisar a representação social que os alunos de administração têm sobre homens e mulheres administradores, este artigo emprega uma metodologia qualitativa de coleta e análise de dados a partir do teste de evocação de palavras aplicado com 95 alunos de diferentes períodos do curso. Os resultados apontam que os núcleos centrais das representações, em ambos os casos pesquisados não diferem de como a literatura acadêmica e dos manuais de gestão caracterizam o “homem administrador”, a figura que seria o padrão estabelecido a partir da assunção de uma neutralidade de gênero assumida tradicionalmente. Neste sentido, o empreendedorismo, termo muito associado à administração e à figura do(a) gestor(a), é observado tanto na teoria quanto na prática a partir de um viés da masculinidade.

**Palavras-chave:** Representações Sociais. Gênero. Administração.

## **Abstract**

In order to analyze the social representation that business students have about men and women administrators, this article employs a qualitative methodology for collecting and analyzing data from the word recall test applied to 95 students from different periods of the course. The results show that the central nuclei of the representations, in both cases researched, do not differ from how the academic literature and the management manuals characterize the “administrator man”, the figure that would be the standard established from the assumption of a gender neutrality traditionally assumed. In this sense, entrepreneurship, a term closely associated with management and the figure of the manager, is observed both in theory and in practice from a masculinity bias.

**Keywords:** Social Representations. Gender. Administration.

## Introdução

Como estudantes de administração representam socialmente a profissão de administrador em termos de diferenças de gênero? Este tipo de representação pode estar enraizado em uma cultura sexista e em representações que corroboram vieses discriminatórios de gênero. Neste sentido, o presente trabalho visa elucidar estas representações, contribuindo para a sua compreensão, tendo como objetivo geral analisar a representação social que os alunos de administração têm sobre homens e mulheres administradores. Nesta direção, como objetivos específicos para alcançar o propósito da pesquisa, têm-se: identificar a representação dos estudantes em relação ao homem e à mulher administradores; descrever as diferenças entre as representações sociais dos estudantes sobre homens e mulheres administradores; e apreender elementos do contexto sociocultural que influenciam na elaboração destas representações.

Contemporaneamente, o termo representação social é notado frequentemente nos mais variados campos de pesquisa, apesar da teoria que suporta essas análises datar de, pelo menos, um período de cinco décadas atrás. A representação pode ser uma manifestação social de aspectos de conhecimentos práticos relacionados ao senso comum e adquiridos ao longo da vida, transferidos de geração para geração. Em ponto de vista divergentes de Émile Durkheim, que defendia a representação coletiva, ou seja, que a representação social é formada somente pelos desejos do coletivo, Serge Moscovici afirma que ela é formada pelas relações, tanto do coletivo como do individual (MOSCOVICI, 2005).

Os estudos acerca das representações sociais contribuem na compreensão da sociedade e do comportamento de seus partícipes. Esse artigo apresenta relevância social, neste sentido, pois no atual cenário socioeconômico e político, os debates sobre as diferenças de tratamento entre os gêneros no meio organizacional estão em constante e crescente discussão (HAUSSMANN et al., 2018). Questões relacionadas à cultura sexista vêm ganhando evidência, especialmente pela segmentação sexual que as mais variadas dimensões sociais – como o trabalho – podem ter (FRAGA; GEMELLI; ROCHA-DE-OLIVEIRA, 2019) e a representação social pode ser uma forma de identificar e compreender de que maneira os acadêmicos interpretam socialmente as funções ou perfis de profissionais administradores do gênero masculino e feminino, identificando-se a distinção entre cada representação.

## Teoria das Representações Sociais

O conceito de representações sociais foi citado pela primeira vez em 1961, na obra do psicólogo social Serge Moscovici, em sua tese de doutorado, publicada na França, intitulada “*La Psychanalyse, son image et son public*” (A psicanálise, sua imagem e seu público). Nesta obra de Serge Moscovici, o autor retrata que “a representação social é uma forma de conhecimento que visa transformar o que é estranho em familiar, por meio da agregação da novidade a estruturas de conhecimento já existentes e dotadas de certa estabilidade”. Moscovici (2005, p. 40-41) destaca que “todas as interações humanas, surjam elas entre duas pessoas ou entre dois grupos, pressupõem

representações, [...] pessoas e grupos criam representações no decurso da comunicação e da cooperação”

Moscovici fundou a teoria das representações sociais (TRS) na mesma linha de pensamento da teoria das representações coletivas (TRC), do sociólogo francês Émile Durkheim, que acreditava que o indivíduo não exerce muita influência sobre o social, mas sim o social sobre o indivíduo. Enquanto Durkheim se preocupava apenas em observar e analisar a estrutura social sob uma concepção coletiva, Moscovici (2005), com a teoria da representação social buscava compreender a construção e o papel dessas representações e a comunicação existente entre o indivíduo e o coletivo. Outro ponto distinto entre essas teorias é que Moscovici escolheu o termo "social" com a intenção de destacar a dinamicidade e capacidade de mudanças dessa teoria, enquanto a de Durkheim foi criticada como fixa e estática. De acordo com Franco (2004, p. 170):

as representações sociais são historicamente construídas e estão estreitamente vinculadas aos diferentes grupos socioeconômicos, culturais e étnicos que as expressam por meio de mensagens, e que se refletem nos diferentes atos e nas diversificadas práticas sociais.

Nessa perspectiva, as relações que conectam o indivíduo à sociedade são complexas e envolvem um conjunto de elementos interligados, nos quais destacam-se os sistemas de valores e crenças. Estes sistemas estão constantemente ancorados na cultura, auxiliando no desenvolvimento da realidade e no direcionamento das ações do indivíduo nas mais distintas circunstâncias sociais. A representação social faz parte de um amadurecimento da corrente sociopsicológica, designada pensamento social. Essas representações podem ser classificadas tanto como sendo normativas, introduzindo objetos em modelos sociais, quanto prescritivas, servindo de instrutor para ações e relações sociais (MOSCOVICI, 2005). Quanto à formação dessas representações existem dois processos concomitantes, denominados como processo de ancoragem (conceitual) e processo de objetificação (figurativo).

O primeiro deles, o **processo de ancoragem** baseia-se no ancorar, que é “classificar e dar nome a alguma coisa. Coisas que não são classificadas e que não possuem nome são estranhas, não existentes e ao mesmo tempo ameaçadoras” (MOSCOVICI, 2005, p. 71). Desse modo, este processo busca rotular com nomes conhecidos ou populares, o que antes era estranho e incomum, tornando assim esse algo, comum e familiar. O **processo de objetificação**, segundo Cavedon e Ferraz (2005, p. 6), “consiste em transformar uma abstração em algo material, descobrir a qualidade icônica de uma idéia”. Assim, é o processo pelo qual se metamorfoseiam conceitos em imagens, quando se torna concreto algo que antes era puramente abstrato. “[...] as imagens se tornam elementos da realidade, em vez de elementos do pensamento” (MOSCOVICI, 2005, p. 74). Ou seja, este processo é responsável por figurar ideias e conceitos. Segundo Santos (2008, p. 31), o estudo das representações tem o objetivo:

de manter o vínculo entre as Ciências Psicológicas e as Ciências Sociais, divergindo-se, assim, da perspectiva da Psicologia Social aplicada por Allport, nos Estados Unidos, que reduzia as explicações do coletivo e social a leis individuais, colocando o indivíduo no centro da análise.

Um fator importante para a compreensão da representação social é entender a distinção entre opinião e representação. Moscovici (2005) classificava opinião como algo não tão constante, além de característico e particular do indivíduo. Enquanto a representação é formada por aspectos do cotidiano e vivência do indivíduo. Como, por exemplo, o contexto histórico-cultural em que o mesmo está inserido. Sêga (2000, p. 38) ressalta que a Teoria das Representações Sociais se apresenta como “a maneira de interpretar e pensar a realidade cotidiana, uma forma de conhecimento da atividade mental desenvolvida pelos indivíduos e pelos grupos para fixar suas posições em relação a situações que lhes concernem”. Portanto, a representação social é construída tanto pelo indivíduo em si, como pelo grupo como um todo, construção de entendimento e concepção acerca do cotidiano do objeto social.

O estudo da representação social, quando relacionada à área de gestão de pessoas, ou ao contexto amplo da administração de empresas, beneficia os profissionais desse campo por proporcionar conhecimento sobre aspectos específicos da área de atuação e as representações criadas sobre objetos sociais de interesse. Segundo Moscovici (2005, p. 21) a representação social é:

Um sistema de valores, ideias e práticas, com uma dupla função: primeiro, estabelecer uma ordem que possibilitará às pessoas orientar-se em seu mundo material e social e controlá-lo; e, em segundo lugar, possibilitar que a comunicação seja possível entre os membros de uma comunidade, fornecendo-lhes um código para nomear e classificar, sem ambigüidade, os vários aspectos de seu mundo e da sua história individual e social.

Interpretando Moscovici (2005) e trazendo seus conceitos à área de gestão, a representação colabora para que o profissional procure formas mais eficazes e eficientes de trabalhar com seu capital humano. A idealização dessas acepções permite com que problemas sejam revistos e novos direcionamentos possam ser sugeridos. Ao estudar as representações sociais, estimula-se o entendimento de todo o contexto histórico-cultural que acarretou ações e a criação de situações derivadas de preconceito e que ocasionam discriminação, possibilitando uma reflexão a respeito desta temática e de todas as circunstâncias que acarretaram sua existência. Abric (1998, p. 30) afirma que “a representação tem por função preservar e justificar a diferenciação social, e ela pode estereotipar as relações entre os grupos, contribuir para a discriminação ou para manutenção da distância social entre eles”. Verifica-se, assim, os meios históricos, a cultura, as ideologias e também as representações sociais, pois são elementos essenciais para entender de que forma tais atitudes e comportamentos se inserem e de que maneira podem ser modificados.

Dessa maneira, as representações sociais são construídas por procedimentos contínuos sociocognitivos nas relações sociais, o que significa dizer que as mesmas têm implicações habituais na vida das pessoas e que a comunicação e os comportamentos adquiridos por um conjunto de indivíduos acerca de algo são resultados da maneira em que os atores sociais caracterizam esse determinado objeto e do significado em que o mesmo adquire em sua vida.

## **Representação social de gênero das profissões**

Como já discutido, a reflexão sobre representação social parte de opiniões, atitudes crenças e informações referentes a objetos e situações. Deste modo, o indivíduo estabelece uma determinada atitude em relação ao sistema social e ideológico que está inserido, transmitindo ao longo do tempo características que permanecem, podendo formalizar, por exemplo, questões de gênero que, com o passar das décadas não se permitiram mudar pela sua vinculação a um sistema social que insiste em se manter-se preso a estas concepções. A representação social leva a entender que o ser humano, tem como base experiências desenvolvidas através do processo de comunicação, demonstrando que essas características repassadas afeta diretamente o entendimento do ser em relação às mudanças decorrentes do passar dos séculos.

Diversos estudos mostram que, apesar do aumento da participação da mulher no mercado de trabalho, ainda existem inúmeras diferenças de tratamento entre os profissionais mulher e homem. Por exemplo, mesmo possuindo características e escolaridade iguais mulheres recebem menores salários (PEREIRA; SANTOS; BORGES, 2005). De acordo com D'Ávila Neto e Nazareth (2005):

A discriminação enfrentada pelas mulheres nesse cenário social reflete, muitas vezes, estereótipos relativos aos discursos construídos e fortalecidos pelo patriarcalismo, no sentido de que as mulheres têm natureza própria para os cuidados com os filhos, família e atividades domésticas, consideradas pelas autoras um trabalho invisível, em razão de ser altamente desvalorizado.

Em estudo com um grupo de profissionais gestores de cursos acadêmicos da área de administração, gestão e negócios, Vergara e Gomes (2012) constataram que há, ainda, influência do gênero na escolha de um candidato que concorre a uma seleção de emprego nessas instituições. Especialmente pelo lócus da sua pesquisa ser o acadêmico, as autoras chamam atenção para a profundidade das transformações sociais que afetam a dinâmica da construção do gênero e, “apesar de existir, o preconceito no ambiente acadêmico é menos acentuado do que no ambiente empresarial” (VERGARA; GOMES, 2012, p. 308). São reflexos da própria cultura brasileira, tal como afirmam, e da realidade das organizações. Partindo desta reflexão, há, em contexto nacional, uma permeabilidade mais extensa às diversidades, mesmo que também se apresentem movimentos que questionem o estabelecimento de padrões e que buscam legitimidade de classes historicamente em desvantagens. Estas são consequências atribuídas ao histórico de colonização brasileira (DANTAS, 2012) e seu caráter miscigenado.

Medeiros e Valadão Júnior (2011) pesquisaram uma organização do terceiro setor na tentativa de examinar como as atribuições de masculinidade e feminilidades influenciam os significados de ser homem e mulher. Os autores constataram que há duas esferas que determinam os trabalhos femininos e masculinos. Para os autores, a mulher possui facilidade com as dimensões emocionais, pois desenvolve atividades de esfera privada: os conhecidos trabalhos domésticos, culturalmente atribuídos como próprios de sua natureza. Já o homem situa-se melhor na esfera pública, no debate político e econômico e em cargos de alta administração, outra questão também culturalmente construída. Além destas diferenças, as recompensas simbólicas oferecidas aos homens distanciam aqueles que possuem salários equiparados, homens e mulheres, pois são eles os congratulados.

Para a compreensão da extensão destas questões de gênero no trabalho, brevemente resumidas nos parágrafos anteriores, a análise social, que não exclui a análise das organizações, usualmente neutra em relação ao gênero, “deve ir além da simples polarização entre masculino e feminino”, tal como indicam Cappelle e Melo (2007, p. 87) e, para apreender as relações de gênero e a subjetividade, é fundamental estabelecer-se paralelo entre espaço social, as características dos indivíduos investigados, contexto sócio-histórico e as relações de poder interpeladas pela convivência. São demarcações que se regulamentam pelas instituições sociais e se organizam dentro de um sistema de dominação (MEDEIROS; VALADÃO JÚNIOR, 2011). Assim, “trata-se da focalização dos processos de formação da feminilidade e masculinidade, de sujeitos femininos e masculinos em espaços organizacionais distintos” (CAPPELLE; MELO, 2007, p. 91). “As questões de gênero também podem ser consideradas como construções sociais e espaço simbólico produzido pela cultura. Tais questões se nutrem das emoções particulares configuradas na história de cada sujeito” (FERREIRA; NOGUEIRA, 2013, p. 414).

## **Metodologia**

Esta é uma pesquisa descritiva de abordagem qualitativa. Admitindo que “as raízes da pesquisa qualitativa estão na fenomenologia e na interação simbólica” (TEIXEIRA, 2003, p. 183) e que o objetivo do estudo é elucidar como estudantes de administração representam socialmente a profissão de administrador em termos de diferenças de gênero, a abordagem se apresenta adequada por propor uma perspectiva de mundo e realidade não objetivos, mas socialmente construídos, recebendo significados distintos a partir da percepção singular do indivíduo (MESQUITA; MATOS, 2014). O pressuposto avaliado no estudo era de que este tipo de representação pode estar enraizado em uma cultura sexista e em representações que corroboram vieses discriminatórios de gênero. “Esta visão de mundo é contrária ao positivismo, que vê a realidade social como externa ao homem, mensurável, estável e com propriedades medidas por meio de métodos objetivos” (MESQUITA; MATOS, 2014, p. 13). Neste sentido, busca-se “compreender o significado que os acontecimentos e interações têm para pessoas vulgares, em situações particulares”, “uma compreensão interpretativa das interações humanas” (BOGDAN e BIKLEN, 1994, p. 53), a subjetividade em evidência.

Para acessar a representação social dos participantes sobre os interesses da pesquisa, o desenho metodológico do estudo contemplou uma fase de coleta de dados, realizada a partir do teste de evocação de palavras (VERGARA, 2008), utilizando-se como termos indutores “homem administrador” e “mulher administradora”. Os participantes são alunos do curso de bacharelado em administração de empresas do Instituto Federal do Piauí, Campus Piri-piri. A escolha do Instituto como local para a pesquisa e dos alunos como participantes foi definida pela adequação deste público aos interesses da pesquisa e pelo fácil acesso dos pesquisadores aos partícipes. Após concordância esclarecida em participar do estudo, foi solicitado aos participantes que escrevessem as três primeiras palavras que lhe viessem à mente quando visualizassem os termos indutores. Participaram da pesquisa 95 alunos que foram identificados pela numeração da ordem em que foram entrevistados. Estes sujeitos aceitaram participar da pesquisa por consentimento livre e esclarecido, declarando estarem cientes dos

objetivos desta investigação e recebendo garantias de total sigilo sobre seus nomes. As palavras evocadas foram analisadas e classificadas em categorias a partir da proximidade semântica ou de escrita.

Para a análise, foram utilizados conceitos subjacentes à teoria das representações sociais: o núcleo central e o sistema periférico.

Importa esclarecer que as representações sociais não são necessariamente consensuais. O sentido que se atribui a um dado objeto além de o próprio processo de atribuição constituem construções psicossociais que integram a história pessoal de cada indivíduo com o resultado de suas interações grupais. Objetivando auxiliar na identificação da parte mais relevante de uma representação social, dos valores e percepções que são compartilhados com mais clareza e coesão pelo grupo investigado, pode-se trabalhar com o chamado núcleo central da representação social (MATOS et al., 2012, p. 256).

O núcleo central é determinado pela natureza do objeto que se estuda e pelo que constitui o contexto ideológico do grupo, seus valores e normas (FRANCO, 2004). É nele que as representações se estabilizam. Já o sistema periférico apresenta elementos menos estáveis, mais negociáveis da representação, nos quais o grupo apresenta suas características de heterogeneidade, visto que o núcleo central o homogeneiza.

Os resultados e as interpretações decorrentes são apresentados nas seções seguintes.

### Detalhamento do Teste de Evocação de Palavras

Para a palavra indutora 'homem administrador', foram coletadas 231 respostas, classificadas em 34 categorias de palavras. Entre as palavras evocadas, foram retiradas as que apareceram uma única vez, e as que não se enquadraram em uma categoria, não entrando no cálculo. A Tabela 1, a seguir, apresenta as categorias, frequências e ordens médias de evocação.

**Tabela 1** - Categorias, frequências e ordens médias de evocação do termo indutor 'Homem Administrador'

Palavras	Frequência 1°	Frequência 2°	Frequência 3°	$\Sigma$ das frequências de evocação	Ordem média de evocação
Administração	5	2	1	8	1,50
Autoridade	2	3	4	9	2,22
Burocrata	1		3	4	2,50
Comando		2	2	4	2,50
Controle		3	3	6	2,50
Coordenar	1		4	5	2,60
Confiança	1	1	1	3	2,00
Compromisso	1	1		2	1,50
Competência		4	2	6	2,33



Dinheiro	3	1	3	7	2,00
Desastrado	1		1	2	2,00
Esforço	1	2	6	9	2,56
Estresse		2		2	2,00
Empresário	4	5	4	13	2,00
Eficiência	1	1	1	3	2,00
Estratégia	2	1	4	7	2,29
Empreendedor	6	1	4	11	1,82
Habilidade	1	1	2	4	2,25
Inteligência	2	4		6	1,67
Inovador	3	1	3	7	2,00
Impulsivo	1	3		4	1,75
Líder	9	9	5	23	1,83
Metas	1	2	1	4	2,00
Negócios	2	2	3	7	2,14
Organização	9	9	5	23	1,83
Ordem	1	2		3	1,67
Organizado	4	1	1	6	1,50
Personalidade Forte	1	2	1	4	2,00
Planejamento	5	2	2	9	1,67
Poder	2	1	1	4	1,75
Proativo	2	2	1	5	1,80
Responsável	6	2	4	12	1,83
Sucesso	2	3		5	1,60
Tomada de decisão	1	2	1	4	2,00
Total	81	77	73	231	67,59

**Fonte:** Elaboração própria, 2019.

Efetuada os cálculos de frequência e da ordem média de evocação (OME) de cada uma das 34 categorias, pode-se chegar aos resultados da frequência média de evocação em 6,79 e para a média aritmética das ordens médias de evocação foi obtido o valor de 1,99. Sendo assim, os critérios de distribuição no diagrama de quatro quadrantes são apresentados no Quadro 1, a seguir, que também apresenta o diagrama de evocação. No quadrante superior esquerdo, está o núcleo central, que contém as categorias com maior frequência e mais prontamente citadas. O quadrante inferior direito representa as categorias citadas com menor frequência e mais tardiamente. Os outros dois quadrantes, superior direito e inferior esquerdo, mantêm uma relação estreita com o núcleo central.

#### **Quadro 1 - Diagrama de Evocação (Homem Administrador)**

Homem Administrador		
Frequência média de evocação (6,79)	administração, empreendedor, líder, organização, planejamento, responsável	autoridade, dinheiro, esforço, empresário, estratégia, inovador, negócios
Eixo vertical (valores $\geq$ 6,79 devem ser alocados na parte superior)	Compromisso, inteligência, impulsivo, ordem, organizado, poder, proativo, sucesso	Burocrata, comando, controle, coordenar, confiança, competência, desastrado, estresse, eficiência, habilidade, metas, personalidade forte, tomada de decisão
	Média das ordens médias de evocação (1,99) Eixo horizontal (valores $\leq$ 1,99 devem ser alocados do lado esquerdo)	

**Fonte:** Elaboração própria, 2019.

Para a palavra indutora 'Mulher Administradora', foram coletadas e listadas 261 respostas, classificadas em 33 categorias de palavras. Entre as palavras evocadas, foram retiradas as que apareceram uma única vez, e as que não se enquadraram em uma categoria. Reuniram-se palavras ou expressões de mesmo significado e/ou pertencentes a uma mesma classe semântica. Por exemplo: líder e liderança. A Tabela 2, a seguir, apresenta as categorias, frequências e ordens médias de evocação.

**Tabela 2** - Categorias, frequências e ordens médias de evocação do termo indutor 'Mulher Administradora'

Palavras	Frequência 1°	Frequência 2°	Frequência 3°	$\sum$ das frequências de evocação	Ordem média de evocação
Atenta		1	1	2	2,50
Batalhadora	2	1	2	5	2,00
Corajosa		3	1	4	2,25
Competência	2	4	6	12	2,33
Confiança		2	1	3	2,33
Criatividade	2		1	3	1,67
Comunicação		1	1	2	2,50
Dinheiro	1	1		2	1,50
Determinação	4	4	3	11	1,91
Eficiência	2	4	3	9	2,11
Empresária	4		3	7	1,86
Estratégia	1	4	2	7	2,14
Ética		2	2	4	2,50
Evolução		2		2	2,00
Empreendedor a	4	5	2	11	1,82
Empoderada	9	3	2	14	1,50
Habilidade		3	2	5	2,40
Inteligente	4	3	3	10	1,90

Imponente	4	3	4	11	2,00
Inovadora	6	1	3	10	1,70
Liderança	5	6	12	23	2,30
Metas	1		1	2	2,00
Motivadora	1	2	1	4	2,00
Negócios		1	1	2	2,50
Organização	11	5	5	21	1,71
Planejamento	9	11	8	28	1,96
Participativa	1	1	1	3	2,00
Poder	2	3	2	7	2,00
Proativa	2	5	3	10	2,10
Perspicaz	2	1	1	4	1,75
Responsabilidade	7	4	7	18	2,00
Rejeição			2	2	3,00
Trabalho	1	2		3	1,67
Total	87	88	86	261	67,92

**Fonte:** Elaboração própria, 2019.

Efetuada os cálculos de frequência e da ordem média de evocação de cada uma das 33 categorias, pode-se chegar aos resultados da frequência média de evocação em 7,91 e para a média aritmética das ordens médias de evocação o valor de 2,06. Sendo assim, os critérios de distribuição no diagrama de quatro quadrantes são apresentados no quadro 2. O quadrante superior esquerdo, o núcleo central, são as categorias com maior frequência e mais prontamente citados. O quadrante inferior direito representa as categorias citadas com menor frequência e mais tardiamente. Os outros dois quadrantes, superior direito e inferior esquerdo, mantêm uma relação estreita com o núcleo central. O quadro 2, seguinte, representa o diagrama formado.

**Quadro 2 - Diagrama de Evocação (Mulher Administradora)**

Mulher Administradora		
Frequência média de evocação (7,91) Eixo vertical (valores $\geq$ 7,91 devem ser alocados na parte superior)	Determinação, evolução, empreendedora, empoderada, inteligente, organização, imponente, responsabilidade, planejamento,	Competência, eficiência, liderança, proativa
	Batalhadora, criatividade, dinheiro, empresária, evolução, metas, motivadora, participativa, poder, perspicaz, trabalho	Atenta, corajosa, confiança, comunicação, estratégia, ética, habilidade, negócios, rejeição
	Média das ordens médias de evocação (2,06) Eixo horizontal (valores $\leq$ 2,06 devem ser alocados do lado esquerdo)	

**Fonte:** Elaboração própria, 2019.

## **Análise e Discussão dos Resultados**

O núcleo central das representações sobre o “homem administrador” apresenta as palavras: “administração, empreendedor, líder, organização, planejamento, responsável”. Estes são termos geralmente associados à figura do empreendedor e a um papel político de destaque na organização. Lugar comum quando se pensa a figura do administrador, usualmente discutido na literatura como em uma situação de neutralidade de gênero, mas que tende ao masculino se nega a participação feminina (MESQUITA; MATOS; RECHENE, 2018). Neste sentido, o empreendedorismo, termo muito associado à administração e à figura do(a) gestor(a), é observado tanto na teoria quanto na prática a partir de um viés de gênero masculino.

Os sistemas periféricos mais próximos do núcleo central são formados pelas palavras: “autoridade, dinheiro, esforço, empresário, estratégia, inovador, negócios” e “compromisso, inteligência, impulsivo, ordem, organizado, poder, proativo, sucesso”. Estas são características que podem ser resumidas, de forma interpretativa na figura do empresário comum, como caracterizado nos manuais de administração e na literatura tradicional sobre empreendedorismo. O quadrante mais afastado do núcleo central, formado pelas palavras: “burocrata, comando, controle, coordenar, confiança, competência, desastrado, estresse, eficiência, habilidade, metas, personalidade forte, tomada de decisão” também não destoa dessa classificação, o que permite a compreensão de que mesmo as representações menos estáveis ainda estão fortemente conectadas às determinações de gênero da profissão.

Para Galatoli e Irigaray (2017), a discriminação contra gênero no local de trabalho, para mulheres, é história e permanece ativa, principalmente porque as mulheres são mais propensas a serem assediadas sexual e moralmente do que os homens, além de ganharem salários mais baixos do que seus pares. Contudo, o problema que os autores apontam e que também é destacado nas interpretações das representações sociais da “mulher administradora” é o ‘teto de vidro’ que as impede de serem promovidas. O núcleo central das representações sobre a “mulher administradora” apresenta as palavras: “Determinação, evolução, empreendedora, empoderada, inteligente, imponente, organização, planejamento, responsabilidade”.

A primeira palavra, “determinação”, já apresenta uma característica que pode ser interpretada como necessária para superar as expectativas convencionais dos papéis públicos da mulher, além daquelas que já são interpretadas como tal quando se pensa o papel social da mulher no trabalho. Por este motivo, nos quadrantes do sistema periférico que estão mais próximos do núcleo central aparecem as palavras: “competência, eficiência, liderança, proativa” e “batalhadora, criatividade, dinheiro, empresária, evolução, metas, motivadora, participativa, poder, perspicaz, trabalho”. Neste conjunto de termos há diversos adjetivos que expõem a necessidade de esforço superior à representação da mesma profissão em pessoas de gênero masculino, como uma compensação.

No contexto da mineração, atividade predominantemente desenvolvida por pessoas de sexo masculino (MACEDO et al., 2012), há participação feminina e a reflexão de gênero acontece de forma diferenciada em homens e mulheres. No estudo de Macedo et al. (2012) os homens, com participação de 94% do total de funcionários, não percebem

o tratamento desigual entre os sexos, evidenciado no discurso das parcela feminina que atribui a sua presença na organização como uma conquista e um sinal de avanço em relação a igualdades de gênero. A subjetividade é individual, associada a cada história, mas construída no ambiente social de discriminação apreendida de diferentes formas. Os padrões, ou modelos, são constituídos socialmente e ditam modos de ser e agir (CAPPELLE; MELO, 2007), mas a crítica é o instrumento – de mudança, de emancipações, de transformação social – pelo qual estas mulheres podem escolher não aceitar estas imposições e modificar a si e ao seu contexto social. A crítica também é uma forma de perceber como está a sociedade, seu *status quo*, e como modificá-lo.

## Conclusão

Os resultados apontam que os núcleos centrais das representações, em ambos os casos pesquisados, não diferem de como a literatura acadêmica e dos manuais de gestão caracterizam o “homem administrador”, a figura que seria o padrão estabelecido a partir da neutralidade assumida tradicionalmente. As representações sobre a “mulher administradora” enfatizam características de superação, adversidade, maior esforço e diferença. Esta alteridade hierarquizada é reflexo de dissidências de gênero que extrapolam o ambiente de trabalho e estão enraizadas no social.

## Referências

- ABRIC, Jean-Claude. **A abordagem estrutural das representações sociais**. In: MOREIRA, Antonia Silva Paredes; OLIVEIRA, Denize Cristina de. (Org.). Estudos interdisciplinares de representação social. Goiânia: AB, 1998.
- BOGDAN, R.; BIKLEN, S. **Investigação qualitativa em educação** – uma introdução à teoria e aos métodos. Porto: Porto Editora, 1994.
- CAPPELLE, M. C. A.; MELO, M. C. O. L. O poder simbólico e as relações de gênero na polícia militar de Minas Gerais. In: CARRIERI, A. P.; SARAIVA, L. A. S. (Orgs.). **Simbolismo organizacional no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2007.
- CAVEDON, N. R.; FERRAZ, D. L. S. Representações Sociais e Estratégia em Pequenos Comércio. **RAE eletrônica**, v. 4, p. 1-17, 2005.
- CUNHA, M. I. Profissionalização docente: contradições e perspectivas. In: VEIGA, I. P. A; CUNHA, M. I. da (Orgs.) **Desmistificando a profissionalização do magistério**. Campinas: Papyrus, 1999. p. 130-48.
- D'ÁVILA NETO, M. I.; NAZARETH, J. **Globalization and women's employment**. Peace Review: a Journal of Social Justice, 2005.
- DANTAS, M. Masculino, feminino, plural. In: FREITAS, M. E.; DANTAS, M. (Orgs.). **Diversidade sexual e trabalho**. São Paulo: Cengage Learning, 2012.
- DURKHEIM, É. **As Regras do Método Sociológico**, São Paulo, Martins Fontes, 2007.
- FERREIRA, J. M.; NOGUEIRA, E. E. S. Mulheres e suas histórias: razão, sensibilidade e subjetividade no empreendedorismo feminino. **Revista de Administração Contemporânea**, Rio de Janeiro, v. 17, n. 4, p. 398-417, jul./ago. 2013.
- FRANCO, M. L. P. B. Representações sociais, ideologia e desenvolvimento da consciência. **Cadernos de Pesquisa**, São Paulo, v.34, n.121, p.169-186, jan./abr., 2004.

FRAGA, A. M.; GEMELLI, C. E.; ROCHA-DE-OLIVEIRA, S. Cenário das publicações científicas em carreira e gênero. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 13, n. 3, p. 158-178.

GALATOLI, C. R. S.; IRIGARAY, H. A. R. GENDER EQUITY IN BUSINESS SCHOOLS: What Has Been Promoted?. **Revista Economia & Gestão**, v. 17, n. 48, p. 62-81, 2017.

HAUSSMANN, D. C. S.; VOGT, M.; NELSON, H.; SILVA, M. Z. Desigualdades de Gênero no Mercado de Trabalho Brasileiro: Uma Análise na área de Ciências Sociais Aplicadas. **Enfoque**, v. 37, n. 3, p. 129-148, 2018.

MACEDO, F. M. F.; BOAVA, D. L. T.; CAPPELLE, M. C. A.; OLIVEIRA, M. L. S. Relações de gênero e subjetividade na mineração: um estudo a partir da fenomenologia social. **Revista de Administração Contemporânea**, Rio de Janeiro, v. 16, n. 2, p. 217-236, mar./abr. 2012.

MATOS, F. R. N.; IPIRANGA, A. S. R.; MACHADO, D. Q.; ROLIM, G. F.; ALVARENGA, R. A. M. Representações sociais e sustentabilidade: o significado do termo para alunos do curso de administração. **Administração: Ensino e Pesquisa**, v. 13, n. 4, p. 707-734, 2012.

MEDEIROS, C. R. O.; VALADÃO JUNIOR, V. M. Masculinidade e feminilidade na Ameas: holograma, ilhas de clareza ou uma selva desconhecida? **Cadernos EBAPE. BR**, v. 9, n. 1, p. 79-96, 2011.

MESQUITA, R. F.; MATOS, F. R. N. A abordagem qualitativa nas ciências administrativas: aspectos históricos, tipologias e perspectivas futuras. **Revista Brasileira de Administração Científica**, v. 5, n. 1, p. 7-22, 2014.

MESQUITA, R. F.; MATOS, F. R. N.; RECHENE, S. T. O QUE DIZEMOS SOBRE AS MULHERES EMPREENDEDORAS?. **Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo**, v. 3, n. 6, p. 186-213, 2018.

MOSCOVICI, S. **Representações Sociais**: investigação em psicologia social. Petrópolis: Editora Vozes, 2005.

PEREIRA, R. S.; SANTOS, D. A.; BORGES, W. **A mulher no mercado de trabalho**, São Luiz, 2005.

SANTOS, S. P. **Um estudo das representações sociais sobre o trabalho docente dos licenciados do curso de ciências biológicas da Universidade Federal de Uberlândia**. Dissertação (Mestrado em Educação). Uberlândia - GO: Universidade Federal de Uberlândia, 2008.

SÊGA, Rafael Augustus. **O Conceito de Representação Social nas Obras de Denise Jodelet e Serge Moscovici**. Anos 90, Porto Alegre, n. 13, julho. 2000.

TEIXEIRA, E. B. A análise de dados na pesquisa científica – importância e desafios em estudos organizacionais. **Desenvolvimento em Questão**. Ijuí (RS), ano 1, n. 2, p. 177-201, jul./ago., 2003.

VERGARA, S. C.; GOMES, A. P. C. Z. Gênero no ambiente acadêmico. In: FREITAS, M. E.; DANTAS, M. (Orgs.). **Diversidade sexual e trabalho**. São Paulo: Cengage Learning, 2012.

VERGARA, S. C. **Métodos de Pesquisa em Administração**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2008.