

## **GÊNERO NA GERAÇÃO Y: CARACTERÍSTICAS DAS MULHERES NO AMBIENTE DE TRABALHO**

Katherine Maria Minella<sup>1</sup>  
Maria de Lourdes Borges<sup>2</sup>  
Tamara Cecília Karawejczyk<sup>3</sup>

### **Resumo**

Os estudos sobre as mulheres jovens, da denominada Geração Y, no mercado de trabalho são escassos, especialmente no Brasil. Este estudo buscou suprir essa necessidade, procurando identificar a relação das mulheres da Geração Y com o ambiente de trabalho, no que se refere ao comprometimento, às oportunidades e ascensão profissional e a existência dos preconceitos (machismo). Foram realizadas 10 entrevistas com mulheres com idade até 35 anos e que exercem ou exerceram atividade profissional. Os resultados mostram que as jovens mulheres se percebem mais comprometidas que os seus colegas homens no trabalho, admitem que sofreram preconceitos referentes ao machismo, mas identificam iguais oportunidades de crescimento profissional nas suas empresas em relação aos homens. Entendem que as mulheres estão ascendendo profissionalmente, contudo sofrem com a sobrecarga com a maternidade e atividades domésticas, além de a remuneração ser inferior a dos homens. O artigo encerra com algumas considerações sobre a necessidade de futuras pesquisas sobre o assunto.

**Palavras chave:** Gênero, Mulheres, Geração Y, Ambiente de Trabalho

## **RELATIONSHIP WITH WOMEN OF GENERATION Y AND THE WORKPLACE**

### **Abstract**

Studies of young women, the so-called Generation Y, the labor market are scarce, especially in Brazil. This study sought to fill this gap, aim identify how women of Generation Y with the work environment, with regard to commitment, career advancement opportunities and the existence of prejudices (sexism). 10 interviews were conducted with women aged up to 35 years and who are or have professional activity. The results show that young women perceive themselves more committed than their male colleagues at work, admit they suffered prejudice related to sexism, but identify equal opportunities for professional growth in their businesses than men. They understand that women are ascending professionally, yet suffer from overload with motherhood and housework, and pay less than men. The article concludes with some thoughts on the need for further research on the subject.

**Keywords:** Gender, Women, Generation Y, Work Environment

---

<sup>1</sup> Mestranda de Memória Social e Bens Culturais do Unilasalle. Psicóloga Organizacional. Av. Victor Barreto, 2288 Sala 312-8. Canoas (RS). E-mail: katherinem@uol.com.br

<sup>2</sup> Professora e pesquisadora do Centro Universitário Unilasalle(Canoas). Professora do Mestrado Memórias Sociais e Bens Culturais. Professora da disciplina Gênero, Mulheres e Feminismos.

<sup>3</sup> Professora e pesquisadora do Centro Universitário Unilasalle, do Mestrado de Memória Social e Bens Culturais.

## Introdução

Os jovens no mercado de trabalho tem sido objeto de estudos, na forma como se comportam e se relacionam nas organizações, nas suas trajetórias de carreiras, nos seus anseios profissionais. A chamada Geração Y, dos nascidos após 1979, é considerada como desafiadora para as organizações pelas suas características diferenciadas.

O que faz sentido para estes jovens? Como eles querem trabalhar? A Consultoria PWC<sup>4</sup>, em pesquisa, revelou que 38% dos profissionais da Geração Y empregados estão procurando novos trabalhos e 43% estão abertos a novas propostas. Também, 25% dos entrevistados disseram que preveem ter no mínimo seis empregos ao longo da carreira.

A Pesquisa Melhores Empresas para Começar Carreira 2012, da Editora Abril, Revista Você S.A., identificou que os jovens profissionais buscam equilíbrio entre a vida pessoal e o trabalho, boa remuneração, crescimento profissional e reconhecimento. Porém declaram: “Seria uma grande ousadia afirmar que sabemos o que os jovens querem. Muitas vezes, nem eles próprios sabem o que desejam”. Tal assertiva instiga esta pesquisa já que muitas questões ficam em aberto quando se fala dos jovens no ambiente de trabalho (VOCÊ, S.A., 2012).

A necessidade de aprofundamento nos comportamentos desta geração é importante para que se evitem estereótipos sem fundamentos. Alguns comportamentos se evidenciam, tais como: reconhecimento, informalidade, individualidade, relacionamento e fazem parte da Geração Y que está assumindo os postos de trabalho. (OLIVEIRA, 2010).

As mulheres ocupam espaço significativo no mercado de trabalho, desempenhando cada vez mais posições consideradas antes masculinas. De acordo com os números do IBGE (2012), o Brasil tem mais mulheres do que homens. De uma população de 195,2 milhões de habitantes, 100,5 milhões – ou 51,5% - são mulheres e 94,7 milhões são homens – 48,5% do total. Na comparação com 2003, o crescimento da participação das mulheres na população economicamente ativa (PEA) foi de 1,8 ponto percentual (de 44,4% para 46,1%).

Chamou à atenção a dificuldade de encontrar literatura acadêmica sobre o assunto Geração Y e principalmente sobre as mulheres desta geração, impulsionando assim este trabalho.

Diante dessa realidade, este estudo abordará a mulher da Geração Y e a sua relação com o ambiente de trabalho. Nesse sentido, o **objetivo** desse artigo é o de analisar como geração de mulheres da denominada Geração Y se relaciona no ambiente de trabalho no que tange ao comprometimento, ascensão profissional e preconceito.

## 2.Referencial Teórico

### 2.1 Os jovens da chamada Geração Y

Um grande desafio às organizações fruto de pesquisas, são os jovens no mercado de trabalho. Este

<sup>4</sup> <http://economia.terra.com.br/saiba-como-reter-em-sua-empresa-os-talentos-da-geracao-y.f0087e29dd66b310Vgn-CLD200000bbccceb0aRCRD.html>

grupo que apresenta características próprias, que se refletem nas atividades profissionais e aparecem como um diferencial no campo do trabalho em relação as suas expectativas, comprometimento e entregas. Estudos segmentaram as gerações e a sua relação com o trabalho e definiram a Geração Y como a dos jovens, que estariam atualmente com idade por volta de 30 anos. Contudo, ressalta-se que não existe consenso sobre quando esta geração começa ou qual a idade das pessoas que nela se encontram. Autores como Howe e Strauss (2003) definem que os “Millenials” são as pessoas nascidas desde 1982; Dutra (2012), cita uma “Geração Y” que surge a partir de 1978; Tapscott (1999), no seu livro sobre a “Geração Digital”, propõe um período que vai de 1977 a 1997.

A procura por um bom ambiente de trabalho e o desejo de realizar atividades profissionais que agreguem valor e realizem, são características citadas para esta geração. O jovem não aceita ser chamado de acomodado e argumenta buscar responsabilidades para se auto-sustentar, contudo reluta em abrir mão das facilidades pela busca da independência. (OLIVEIRA, 2011).

Alguns comportamentos aparecem com destaque nesta geração e são trazidos com maior profundidade por Oliveira (2010) como forma de evitar estereótipos. São eles: o reconhecimento, considerando que estes jovens foram criados recebendo retorno e sendo estimulados a enfrentar dificuldades e a superar os coleguinhas no colégio, hoje encontram no ambiente de trabalho gestores que nem sempre estão dispostos a dar feedback; a informalidade, que nas gerações passadas apareciam como rebeldia, na Geração Y aparece como flexibilidade e conveniência em seu comportamento; a individualidade pode ser confundida por arrogância e egoísmo, considerando que esta geração foi criada com menos irmãos e por isso pouco acostumadas a compartilhar presencialmente, porém encontraram no virtual a possibilidade através das redes sociais. Os Relacionamentos aparecem para esta geração como amplos, considerando que as fronteiras para este jovens são curtas. “Não se trata de estabelecer comparação entre relacionamentos profundos ou superficiais, mas sim de amplitude” (OLIVEIRA, 2010, p.67).

A Nextview People<sup>5</sup>, em pesquisa intitulada Empresa dos Sonhos dos Jovens 2011, realizada com jovens entre 17 e 28 anos, universitários e recém-formados no Brasil, buscou identificar, entender e acompanhar os desejos e comportamentos dos jovens em relação ao mercado de trabalho e ao ambiente corporativo. Nos seus resultados, destacou que a ética, honestidade, felicidade e responsabilidade são os valores mais importantes para os jovens. O **sucesso**, na opinião deles, vem principalmente com a capacidade de aproveitar as oportunidades e de fazer aquilo de que se gosta. E citam como **comportamentos a desenvolver**, a liderança, o espírito empreendedor e o poder de influência. Segundo a pesquisa, em dois ou três anos, mais de 40% dos jovens esperam estar aptos a assumir uma posição de liderança.

Santos (2011) enfoca algumas características apresentadas pela Geração Y: facilidade com a informática e tecnologia, sentem-se bem com as mudanças, identificam a importância de atuar colaborativamente para atingir objetivos, possuem facilidade para desenvolver *network*, tem autoconfiança em relação ao futuro, buscam desenvolver suas competências, gostam de desafios, de receberem feedback e orientação sobre o que deve ser realizado, fazem muitas coisas ao mesmo tempo, buscam autonomia e flexibilidade nas suas ações, buscam valorização e rápida ascensão profissional, comprometimento com a empresa quando existe identificação com os objetivos e valores, são individualistas e comprometidos com a carreira, não necessariamente em uma única empresa.

<sup>5</sup> <http://www.ciadetalentos.com.br/imprensa/onde-todos-querem-estar/>

## 2.2 Mulheres, a Geração Y e as Relações de Trabalho

A participação das mulheres no mercado de trabalho vem aumentando, principalmente nos países ocidentais, embora as desigualdades salariais existam em relação aos homens (TANURE; ANDRADE; NETO, 2010). Segundo os autores, esse processo é o resultado da “luta feminista pela igualdade entre os sexos”, e anda juntamente com a necessidade de contribuir economicamente na família, com o aumento na escolaridade das mulheres e a abertura para o mercado de trabalho. Segundo eles, as diferenças comportamentais distinguem-se de acordo com a cultura de cada país. Em culturas mais masculinas, como no Brasil, a expectativa do papel desempenhado pelos homens está mais ligada às atividades externas ao lar. “... a cultura corporativa ainda é masculina... Para galgar postos mais altos na hierarquia organizacional escapando da definição estereotipada de delicada e frágil, dentre outros “atributos”, acaba utilizando predicados masculinos em seu favor”.(TANURE, ANDRADE, NETO, 2010, p.5).

Pesquisa realizada por Irigaray e Vergara em 2009, identificou que as mulheres que cresceram profissionalmente “recorreram a estratégias de simulação do comportamento masculino buscaram falar menos e de forma mais direta, se assexualizaram, vestindo terninhos de tons escuros, bem como passaram a gesticular menos” (p.11). Estudos em empresas brasileiras confirmam a existência do “teto de vidro”, a partir dos dados que demonstraram que mesmo com maior escolaridade as mulheres recebem em média menores salários e ocupam menos cargos de direção nas organizações pesquisadas (LUCAS, 2012).

Outra pesquisa realizada pela Bridge Research, em 2011, com trabalhadoras das classes A e B da Grande São Paulo, mostra que a maneira como as mulheres lidam com a profissão ou elegem prioridades na vida pessoal difere da dos homens e já influencia o mercado. Este avanço feminino no mundo do trabalho expõe conflitos e características comportamentais próprios. É o começo do movimento de ascensão da carreira, mas a mulher ainda procura equilibrar o tempo. Deseja manter uma vida social ativa. Família e amigos são importantes, mas a profissional Y tenta dividir bem as tarefas. O trabalho, para ela, é a afirmação da maturidade perante a sociedade. A mulher Y apresenta a faceta mais humana do ambiente corporativo, mostrando-se acessível, bem informada, flexível e adaptável. Gosta do trabalho em equipe (BRIDGE RESEARCH, 2011). Já a pesquisa elaborada pela Business and Professional Women’s (BPW) Foundation nos Estados Unidos mostra que 77% das respondentes afirmaram enfrentar problemas sérios ou moderados por serem mulheres e quase metade disse que já presenciou ou sofreu discriminação de gênero. Entre as principais questões enfrentadas por elas estão remuneração desigual, tratamento diferenciado por ser do sexo feminino, oportunidades desiguais para homens e mulheres, piadas machistas e assédio sexual (FONSECA, 2011). As práticas de discriminação contra as mulheres se caracterizam pelo assédio moral, que são “condutas abusivas, por comportamentos, palavras, gestos ou atos, que possam trazer danos à personalidade, dignidade, ou integridade física ou psíquica de um ser humano (IRIGARAY e VERGARA 2009 p. 4).

## 3. Metodologia

O método utilizado neste trabalho foi o qualitativo, exploratório com a coleta de dados através de entrevistas semiestruturadas abertas, onde foram formuladas questões voltadas ao comprometimento, crescimento profissional e preconceito às mulheres no ambiente de trabalho. Foi feita análise do conteúdo.

Para Bardin (2011), a análise de conteúdo, enquanto método, torna-se um conjunto de técnicas de análise das comunicações que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens. Para uma aplicabilidade coerente do método, de acordo com os pressupostos de uma interpretação das mensagens e dos enunciados, a Análise de Conteúdo deve ter como ponto de partida uma organização. As diferentes fases da análise de conteúdo organizam-se em torno de três polos, conforme Bardin (2011, p.121): 1. A pré-análise; 2. A exploração do material; e, por fim, 3. O tratamento dos resultados: a inferência e a interpretação (CAPPELLE, MELO, GONÇALVES, 2003).

Para esta pesquisa, foi estabelecido como linha de corte o ano de 1977, que é o mais recuado no tempo, proposto por Tapscott (1999). Optou-se por estabelecer essa linha de corte em cima do ano de nascimento das entrevistadas, por se considerar que há presença das características dos comportamentos da Geração Y nas mulheres abaixo de 35 anos de idade, especialmente aquelas que trabalham fora em contextos de trabalho em que prevalecem o trabalho do conhecimento, tais como as entrevistadas.

Os sujeitos selecionados foram mulheres de até 35 anos de idade, que estivessem exercendo atividade profissional. As entrevistas foram enviadas por e-mail para 17 mulheres, sendo que dez foram respondidas também via e-mail. Salienta-se que os critérios de seleção dos respondentes foram aleatórios, sendo apenas considerado o limite de idade e o fato de estarem exercendo atividade profissional, não levando em conta cargo, tempo de empresa ou ramo de atividade, apesar de que, pela profissão da pesquisadora que é voltada a recursos humanos, muitas entrevistadas são desta área.

Foram levantados também dados referentes à idade, cargo e tempo de empresa (Figura 1). As respondentes foram identificadas pela denominação E1, E2... até E10. O período de pesquisa foi entre novembro e dezembro de 2012.

Denominação	Idade	Função	Tempo de empresa
E1	32	Consultora de Negócios	10 a e 3 m
E2	35	Analista de RH	2 anos
E3	33	Supervisora Administrativa	7 anos
E4	24	Auxiliar de RH	1 a e 7 m
E5	29	Analista de RH	1a e 2m
E6	33	Analista RH pl	5a e 6m
E7	29	Analista de RH	1 ano
E8	32	Analista de RH	2 a e 6 m
E9	24	Analista Financeiro	3 anos
E10	28	Analista de RH	4 a e 3 m

Figura 1: Dados dos sujeitos entrevistados

Fonte: Dados desta pesquisa

As respostas serão analisadas em cima de três categorias: comprometimento, ascensão profissional e preconceito (machismo). A maioria das respostas recebidas foram consideradas completas, possibilitando uma análise adequada do conteúdo, passando uma ideia das entrevistadas estarem a vontade para colocar os seus sentimentos e percepções.

#### 4. Resultado e Análise

Considerando as questões apresentadas, as respostas foram associadas a três categorias para análise: comprometimento, ascensão profissional e preconceito (machismo), identificadas de acordo com os respondentes por E1 (pesquisada 1), E2, ...até E10, conforme Figuras 2, 3, 4 e 5, onde são apresentados os trechos significativos das entrevistas.

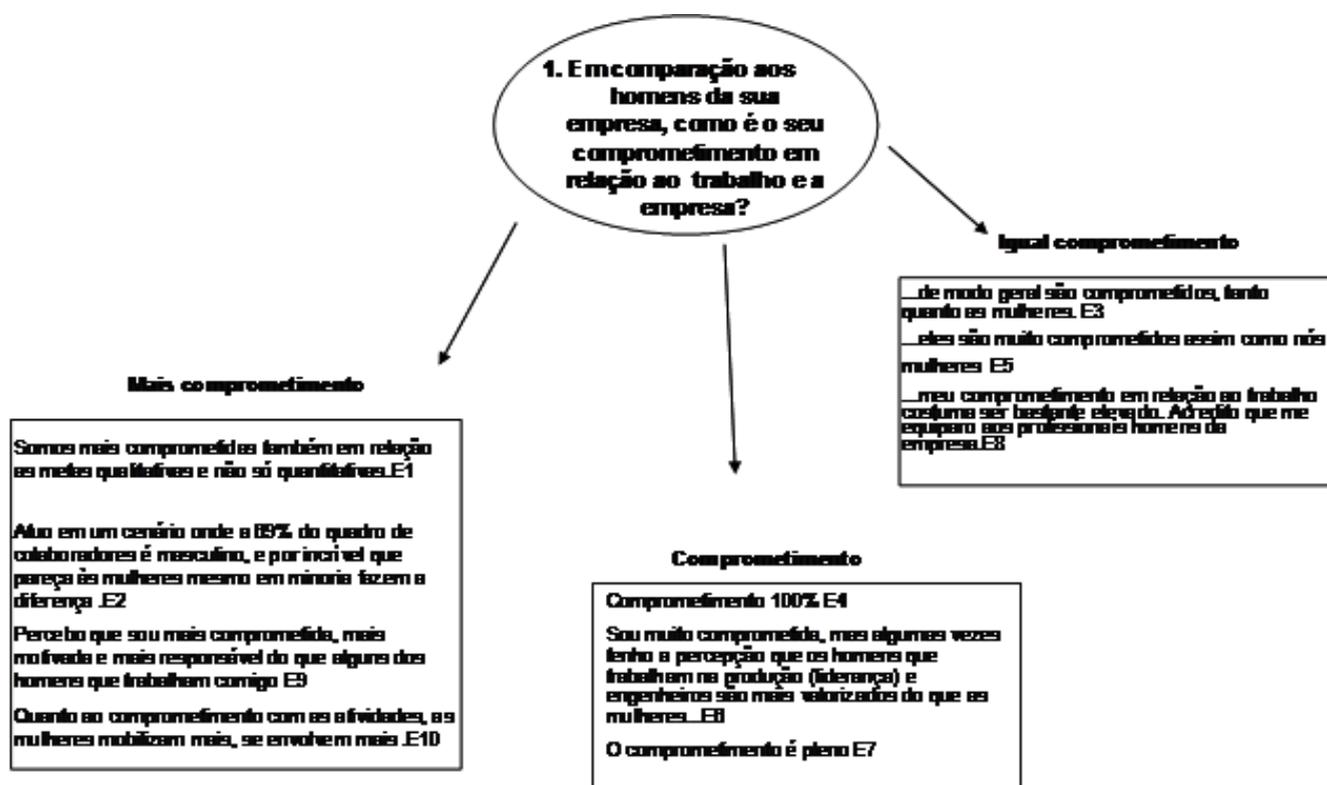


Figura 2: Categoria Comprometimento  
Fonte: Dados desta pesquisa

A primeira questão, que se refere ao comprometimento das mulheres em relação aos homens nas empresas, possibilitou uma classificação das respostas em três categorias (Fig. 1), sendo que 40% das respondentes afirmaram ser mais comprometidas que os homens no trabalho, alegando haver maior envolvimento, motivação, responsabilidade e mobilização. Já 30% responderam que identificam igual comprometimento seu com os colegas homens e 30% afirmaram grande grau de comprometimento, mas sem fazer comparativo com o gênero masculino. Estudos identificam que, quando comparadas aos homens, as mulheres apresentam padrões mais fortes de duplo vínculo com o trabalho, demonstram maior comprometimento tanto com a organização quanto com a profissão (BASTOS, CORREA; LIRA, 1998). O comprometimento com a empresa também aparece como uma característica marcante da Geração Y, destacando-se quando da existência de identificação com os objetivos e valores da organização (SANTOS, 2011). Segundo pesquisa realizada Bridge Research (2011), sobre a Geração Y em 2011 no Brasil, o trabalho, para elas, é a afirmação da maturidade perante a sociedade. A mulher Y é mais humana no ambiente cooperativo, mostrando-se acessível, bem informada, flexível e adaptável.

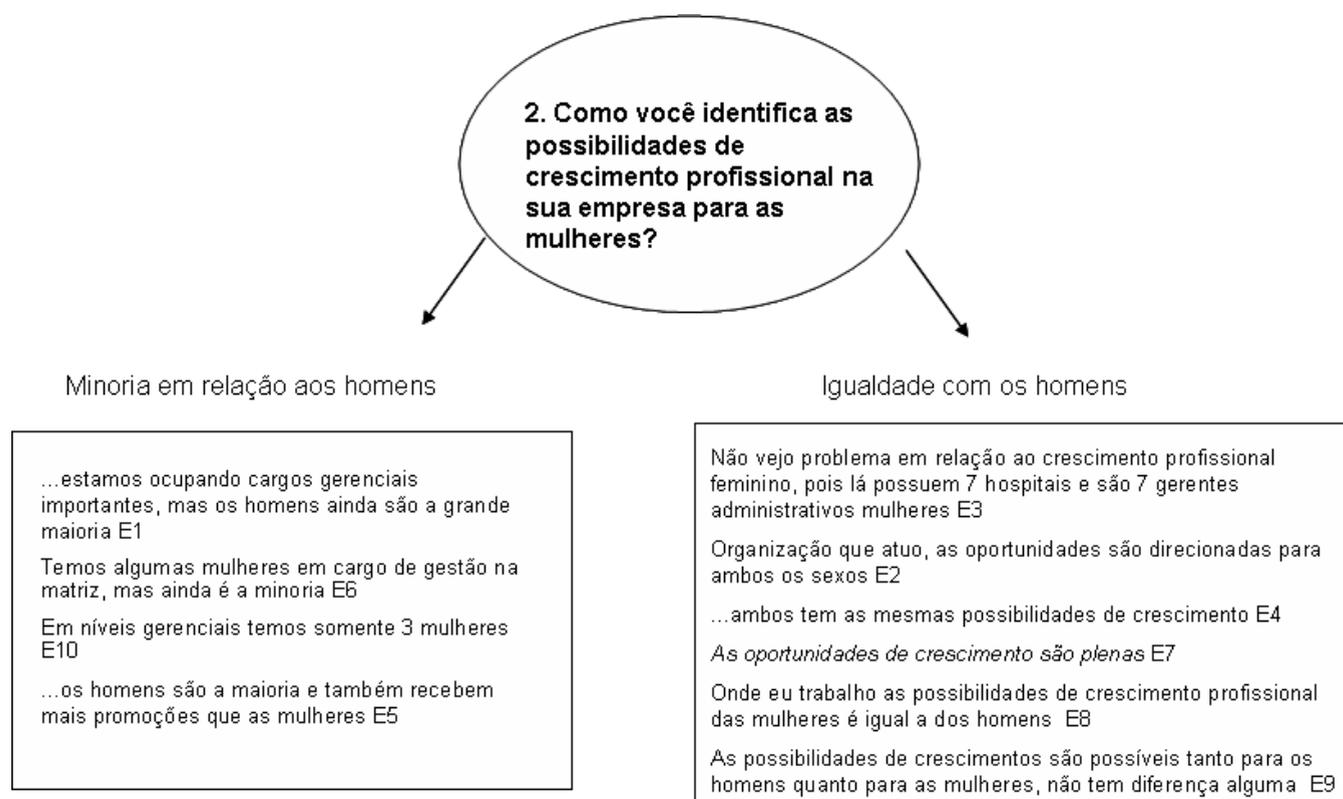


Figura 3 – Categoria Crescimento Profissional Fonte: Elaborada pela autora

Figura 3 – Categoria Crescimento Profissional

Fonte: Dados desta pesquisa

Com relação à possibilidade de crescimento profissional na empresa, no que tange à essa possibilidade para as mulheres, as evidências mostraram os seguintes aspectos: As respostas da número 2 são apresentadas de duas formas: as que identificam que as possibilidades de crescimento profissional para as mulheres na sua empresa são minoria em relação as dos homens e as que consideram estar em nível de igualdade (fig.2). Para 60% das entrevistadas, as oportunidades de crescimento surgem em igualdade nas suas empresas tanto para as mulheres como para os homens. Contudo, o destaque para as possibilidades dadas aos homens é citado por 40% das entrevistadas, com ênfase aos cargos de liderança.

As seis principais barreiras enfrentadas pelas mulheres na inserção e manutenção do emprego no mercado de trabalho são: características pessoais inadequadas para o gerenciamento, preocupações familiares e sociais, barreiras organizacionais, educação ou experiências limitadas, preocupações femininas, e resistência à subordinação (CALVOSA, 2009). Na Geração Y, pesquisa elaborada pela Business and Professional Women's (BPW) Foundation nos Estados Unidos mostra que 77% das respondentes afirmaram enfrentar problemas sérios ou moderados por serem mulheres, além de enfrentarem preconceitos relacionados à idade. O levantamento mostra que metade das mulheres que já passaram por situações de gênero na vida profissional também sofreu discriminação pela pouca idade. Entre os problemas mais comuns estão ser percebida como incompetente por causa da juventude, ser chamada de criança ou menina e não ser considerada para promoções pela idade.

Santos (2011), refere como desafio aos gestores da Geração Y, a necessidade desta categoria em ser valorizada pelas suas entregas e da importância dada a meritocracia, considerando regras claras para as escolhas e promoções, citando que os jovens sente-se desconfortáveis quando a sua atuação é destacada

mas a ascensão é lenta. São chamados de “geração troféu” (CRAMPTON; HODGE, 2009), como forma de indicar que este grupo foi criado em um ambiente em que são premiados seguidamente e por isso adotam uma postura de auto confiança e otimismo em relação ao futuro.

A seguir são apresentados os dados e análises da percepção sobre a ascensão das mulheres no mercado de trabalho (Figura 4).

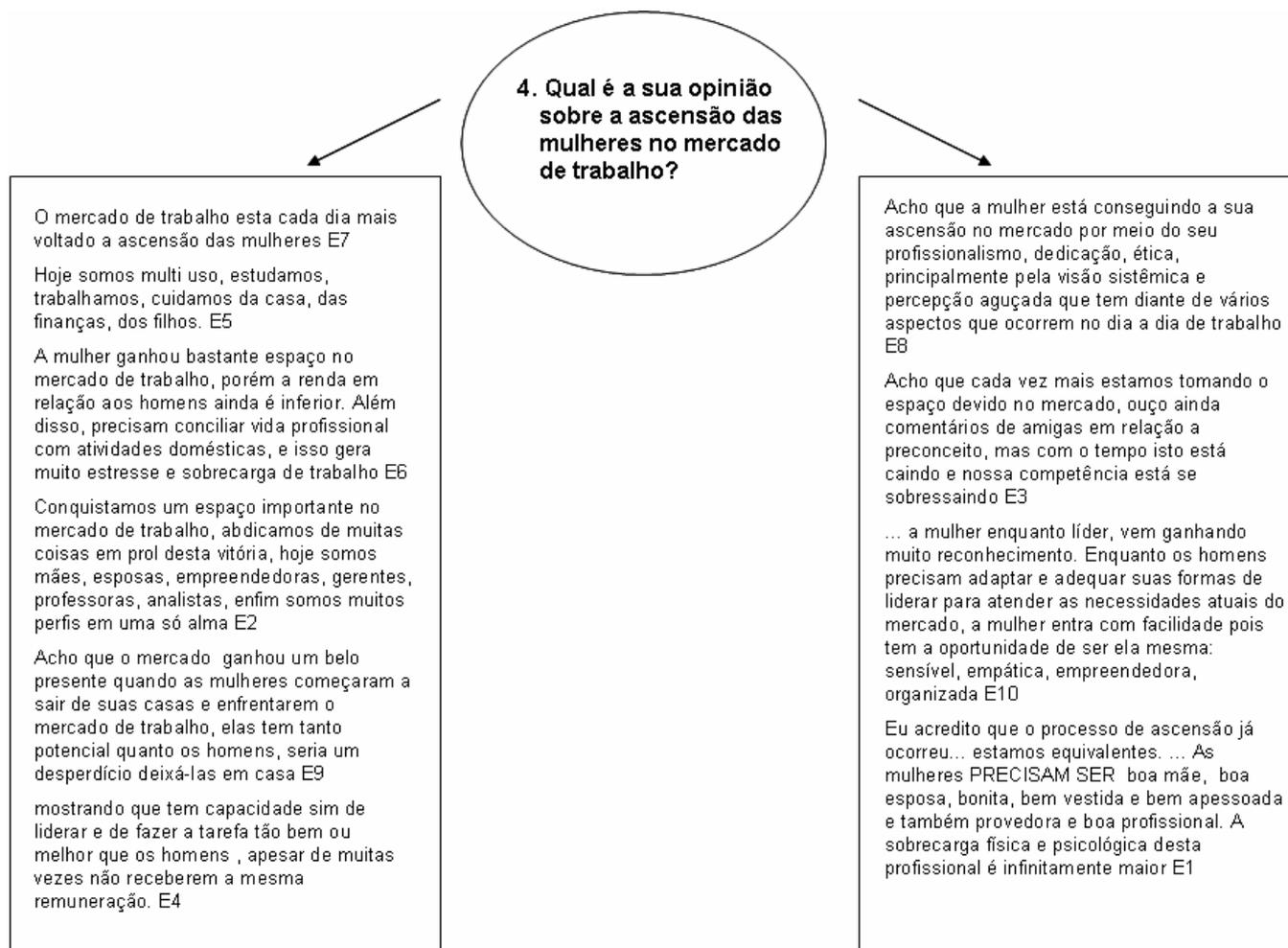


Figura 4 – Categoria Crescimento Profissional

Fonte: Dados desta pesquisa

Na questão 4, onde foi solicitado que opinassem sobre a ascensão das mulheres no mercado de trabalho, todos os comentários referiram-se positivamente a evolução e as possibilidades de crescimento (Fig.3). Destaca-se, contudo, registros referentes à remuneração inferior das mulheres bem como a sobrecarga de trabalho devido aos diversos papéis que se acumulam (mãe, esposa, estudante), a vida doméstica, aos padrões de beleza cobrados, além de muitas vezes serem provedoras na família.

Estudos apontam que as mulheres têm uma dupla e pesada jornada de trabalho. A participação da mulher, “...principalmente com o aumento de sua remuneração frente ao total da renda familiar, impacta positivamente sua condição de barganha na família, implicando uma menor participação no trabalho doméstico” (MADALOZZO, MARTINS, SHIRATORI, 2010, p. 547). Segundo pesquisa da Bridge Research (2011), a mulher da Geração Y está num movimento de ascensão da carreira, mas procura equilibrar o tempo. Quer manter uma vida social ativa onde a família e amigos são importantes, procurando dividir

bem as tarefas.

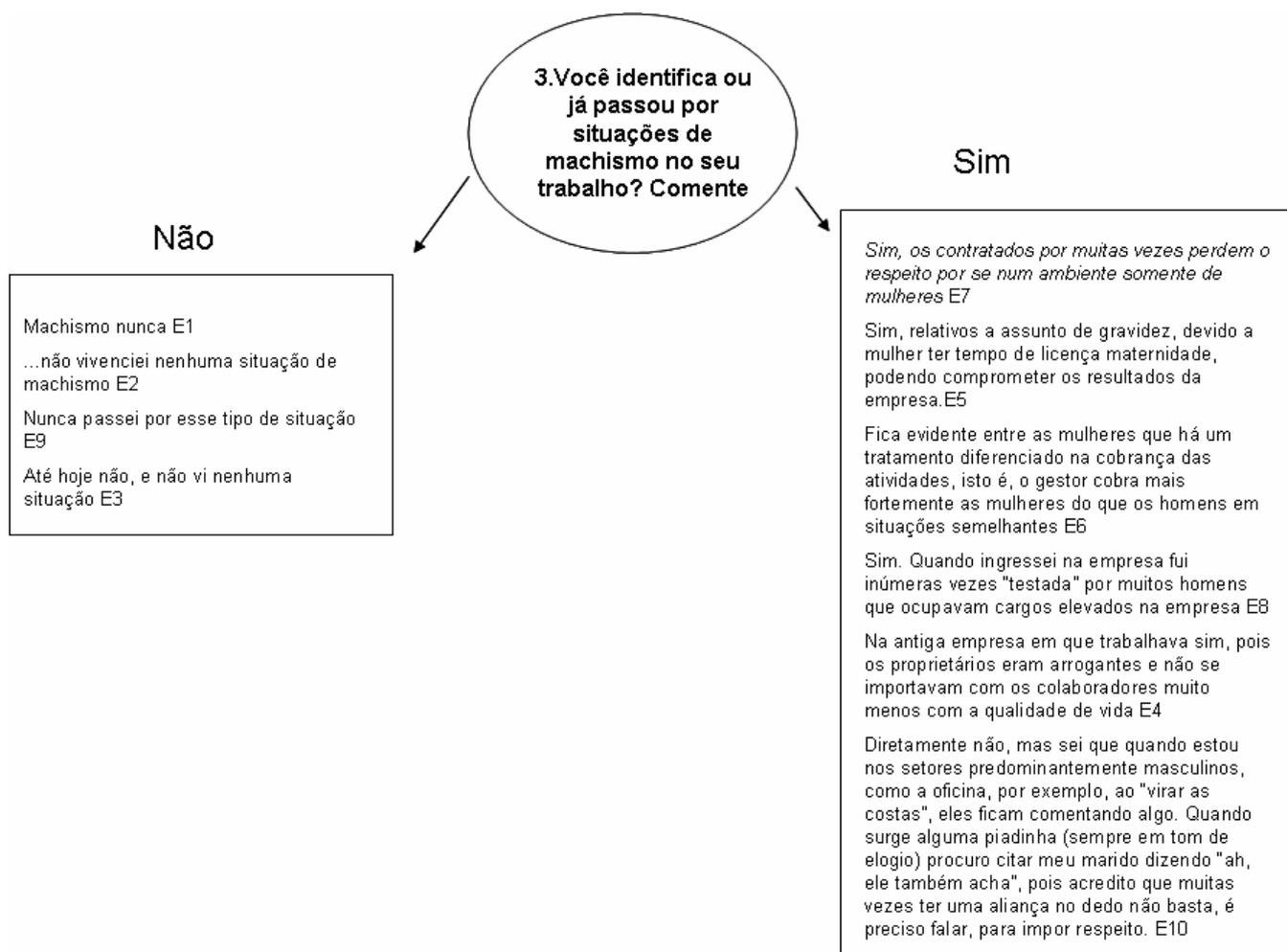


Figura 5: Categoria Preconceito (machismo)

Fonte: Dados desta pesquisa

Quando à questão do preconceito, mais diretamente ao machismo, houveram respostas que foram classificadas entre sim e não (Fig.4), onde 70% das pesquisadas responderam que identificam ou já passaram por situação de machismo no trabalho, quando são discriminadas por questões de maternidade, ‘gracinhas’ ditas por colegas, por serem mais cobradas em resultados do que os homens e por serem “testadas”. Importante ressaltar que uma das entrevistadas, identificada como E7, trabalha numa consultoria apenas com mulheres.

Já 40% diz não ter passado ou visto situações de machismo no trabalho. Segundo Igaray e Vergara (2009), as mulheres percebem-se discriminadas, em função: a) de encontrarem barreiras para ascensão a cargos na empresa; b) serem mais exigidas e cobradas pelas lideranças quando são casadas e tem filhos; c) mesmo com a melhor qualificação ocuparem cargos inferiores ao dos homens; d) de comportamentos machistas dos chefes e colegas de trabalho e) pelo discurso e atitudes impostas pelo modelo masculino para obter ascensão ou sucesso profissional. Tais práticas discriminatórias se caracterizam por assédio moral.

A Geração Y é descrita pela sua ansiedade em crescer profissionalmente, segundo a pesquisa Melhores Empresas para Começar Carreira 2012, conduzida pela Editora Abril (VOCÊ S.A., 2012), os salários mais altos da Geração Y são predominantemente dos os homens, correspondendo a 72%.

## 5. Considerações Finais

Em relação aos resultados da presente pesquisa, algumas considerações são importantes: no que se refere ao comprometimento, observou-se que a geração das jovens mulheres percebem-se mais comprometidas do que os homens no trabalho, comportamento recorrente na relação da mulher com as atividades profissionais.

As evidências referentes à categoria oportunidades de crescimento chama a atenção, considerando que a maioria afirma estarem em igualdade com os homens, não sentindo discriminação em relação ao fato de serem mulheres. Tal resultado conduz à reflexão que as jovens mulheres podem estar tendo uma relação diferente com o ambiente de trabalho quando em comparação as gerações anteriores, uma relação de maior aceitação, igualdade e valorização. Pode-se analisar também o papel da Geração Y nas organizações, incluindo aqui um comportamento diferenciado também dos homens jovens, que talvez possam estar trazendo um clima de maior igualdade no ambiente de trabalho.

No que se refere às oportunidades de ascensão profissional para as mulheres no mercado de trabalho, as evidências indicaram que as mulheres da Geração Y mostraram-se motivadas e otimizistas, ressaltando perceberem-se com competências diferenciadas em relação aos homens. Contudo, trazem queixas semelhantes à mulheres de gerações anteriores, referindo-se à desigualdade salarial, sobrecarga com as atividades domésticas, a maternidade, os estudos, além da auto-cobrança em relação aos resultados. Nesse sentido, questiona-se o quanto a mulher da Geração Y conseguiu avançar em termos de igualdade de condições quando comparadas tais aspectos com seus colegas homens da mesma geração.

Tal aspecto é reafirmado quando se observa as evidências quanto à situação de machismo no ambiente de trabalho. A presença de aspectos de machismo no ambiente de trabalho foi confirmada nas evidências, uma vez que as entrevistadas afirmaram já ter identificado ou vivenciado situações de machismo, mostrando ainda existir certo comportamento nas organizações, chegando a ser rotulado, no entender de algumas respondentes como assédio sexual, dos homens em relação às mulheres.

Portanto, foi possível verificar com este artigo que as mulheres da Geração Y tem uma relação com o ambiente de trabalho muito parecida com as mulheres de outras gerações, diferenciando-se apenas quando retratam sobre as oportunidades de crescimento profissional. Os estudos realizados sobre gênero destacam as características da mulher de maior comprometimento com o trabalho bem como as dificuldades encontradas em relação a preconceito, sobrecarga de trabalho e desigualdade nas oportunidades de promoção em relação aos homens (IRIGARAY; VERGARA, 2009; MACHADO, 1999). As evidências identificadas e analisadas nesta pesquisa diferem apenas em relação a oportunidade de crescimento já que a maioria das respondentes não identifica tal barreira. Tais aspectos fazem pensar sobre como pode estar a relação entre os homens e mulheres desta geração nas organizações, de como é a relação dos jovens homens com o ambiente de trabalho. A partir disso, sugerem-se mais estudos sobre tais aspectos nos ambientes organizacionais. Além disso, sugere-se aprofundar pesquisas sobre a trajetória de carreira destas profissionais nas suas organizações, onde se poderia verificar se elas ascenderam profissionalmente. Tais indagações poderão confirmar ou não aspectos que apareceram com relação às oportunidades de crescimento profissional e à questão do preconceito, uma vez que tal situação de preconceito tem potencial para interferir negativamente no real crescimento profissional das mulheres ou verificar se, ao contrário, elas estão lidando de maneira diferente.

Como limitação deste estudo torna-se importante destacar as limitadas condições de generalização à medida que se trabalhou com uma pesquisa qualitativa e com quantidade de entrevistadas bastante reduzida no que se refere a sua representatividade. Sugerindo-se, desta forma, que novos estudos possam ser realizados e aprimorados.

## REFERÊNCIAS

- BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BASTOS, A., CORREA, N.; LIRA, S. **Padrões de Comprometimento com a Profissão e a Organização**. Anais do 22º Encontro da ANPAD, Foz do Iguaçu, 1998.
- BRIDGE RESEARCH. **Mulheres de diferentes gerações enfrentam as dificuldades da profissão**. 2011. Disponível em <http://www.bridgeresearch.com.br/>. Acesso em 05 jan. 2013.
- CALVOSA, M.D. **Desenvolvimento de Carreira: O Papel da Mulher nas Organizações**, Revista Cader-nos de Administração, v. 1, p. 130-148, 2009.
- CRAMPTON S M, HODGE J W. Generation Y: Unchartered Territory. **Journal of Business & Economics Research**, V. 7, N. 4, 2009
- DUTRA, Joel Souza. **Administração de Carreiras: uma proposta para repensar a Gestão de Pessoas**. São Paulo: Atlas, 1996.
- DUTRA, Joel Souza. **Gestão de pessoas com base em competências**. São Paulo: Gente, 2001.
- DUTRA, Joel. **IEL 3º Meeting**, 2012. Disponível em [www.ielrs.org.br/meetingpessoas/](http://www.ielrs.org.br/meetingpessoas/) Acesso em: 14 jan 2013.
- FONSECA, Adriana. **Mulheres da geração Y enfrentam problemas de gênero no trabalho**. Em 22/12/2011. Disponível em: <http://www.valor.com.br/carreira/1149840/mulheres-da-geracao-y-enfrentam-problemas-de-genero-no-trabalho#ixzz2NEuuP2qE>. Acesso em 10 jan. 2013.
- HIRIGOYEN, M. **Assédio Moral: a violência perversa no cotidiano**. 5ª. ed. Rio de Janeiro: Bertrand, 2002.
- IBGE. **Mulher no mercado de trabalho: perguntas e respostas**. Disponível em [http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/indicadores/trabalhoerendimento/pme\\_nova/Mulher\\_Mercado\\_Trabalho\\_Perg\\_Resp\\_2012.pdf](http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/indicadores/trabalhoerendimento/pme_nova/Mulher_Mercado_Trabalho_Perg_Resp_2012.pdf) Acesso em 28 dez 2012.
- IRIGARAY, H. R, VERGARA, Sylvia C. **Mulheres no Ambiente de Trabalho: Abrindo o Pacote “Gênero”**, 33º In: anais do Encontro da ANPAD, São Paulo, 2009.
- LUCAS, A., PIRES F., ANDRADE S., AMORIM W., FISCHER A. **Identificação de Práticas de Gestão voltadas à Questão de Gênero: um Estudo a partir das Melhores Empresas para você Trabalhar**. In: Anais do 34º ANPAD, Rio de Janeiro, 2010.
- MACHADO, H. **Tendências do Comportamento Gerencial da Mulher Empreendedora**, Anais do 23º EN ANPAD, Foz do Iguaçu, 1999.
- MADALOZZO R, MARTINS S. SHIRATORI, L **Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 18, n. 2, maio-a-gosto, 2010.
- CAPPELLE, M., MELO, M. C. L., GONÇALVES C. **Análise de Conteúdo e Análise de Discurso nas Ciências Sociais Organizações**. **Rurais & Agroindustriais**, Vol. 5, No 1, 2003.

OLIVEIRA, Sidnei. **Geração Y ser potencial ou ser talento?** faça por merecer. São Paulo : Integrare Editora, 2011.

OLIVEIRA, Sidnei. **Geração Y : o nascimento de uma nova versão de líderes - 3. ed.** São Paulo: Integrare Editora, 2010.

TANURE, B., ANDRADE, J., NETO, A., Executivas: Carreira, Maternidade, Amores e Preconceitos. **RAE-eletrônica**, v. 9, n. 1, Art. 3, jan./jun. 2010. [www.fgv.br/raeeletronica](http://www.fgv.br/raeeletronica)

TAPSCOTT, Don. **Geração Digital: a crescente e irreversível ascensão da geração Net.** São Paulo: Makron Books, 1999.

VOCÊ, S.A. **O que a galera quer.** Editora Abril: Revista Você S.A. maio de 2012.

**Nota 1:** Este estudo foi inspirado na disciplina de Mulheres, Gênero e Feminismo (UNILASALLE/Canoas – Mestrado Memória Social e Bens Culturais), sendo a autora Maria de Lourdes Borges, uma das professoras da disciplina.

**Nota 2:** As autoras agradecem as considerações e sugestões dos avaliadores da revista, que foram preciosas para a melhoria deste artigo.