



MALVINE ZALBERG

CELINA

APOIO: WHITE MARTINS

➔ EXCLUSIVO PARA ASSINANTES

## A mulher "certa" para o mercado de trabalho

Depois de um século assumindo "o lugar dos homens", as mulheres agora são "the right woman for the right job". Elas adotam sua própria maneira de ser e experimentam suas vidas profissionais de forma singular

02/09/2019 - 11:55 / Atualizado em 02/09/2019 - 12:14

As Grandes Guerras foram, sabe-se, momentos de grandes e sangrentas batalhas. Lembra-se menos, no entanto, que foram também momentos marcantes da luta da **emancipação das mulheres**, que, em diferentes países, foram chamadas a contribuir com os esforços nacionais, ocupando o lugar deixado "vazio" pelos homens, nas fábricas e escritórios, na lavoura e nas escolas. Na Primeira, sobretudo a partir de 1917, e na Segunda, entre os anos de 1939 e 1945, ocuparam assim posições até então consideradas masculinas: engenheiras, condutoras de trem, construtoras ou pilotas de aviões e em tantas outras atividades, civis ou militares — à imagem da futura **rainha Elizabeth II**, mecânica debruçada sobre o capô de um caminhão.

Com o fim da guerra, os homens voltam à casa e recuperam suas posições de provedores de antes. O mundo do trabalho lhes pertence. As mulheres são **convidadas a regressar ao lar**.

A euforia de um crescimento econômico notável nos Estados Unidos nos anos 1950 (que, contrariamente aos países europeus, não tiveram que despende esforços de reconstrução) deu aos homens americanos a convicção de que nada do seu status mudara. O *American way of life*, difundido através de revistas em papel *glacé* e inúmeros filmes, apresentava sob cores glamourosas as vantagens e a benesse de ser um cidadão (homem e branco), sinônimo implícito de sucesso. Salientava-se o poder de um chefe de família, terno cinza e automóvel modelo rabo de peixe, indo para o trabalho garantir a subsistência de seu lar. Mas a fachada era ilusória: o mundo de antes não mais existia.

Apesar dos avanços tecnológicos dos anos 1950, desenhados para fazer da dona de casa uma mulher feliz — máquina de lavar roupa, geladeira e a televisão, que lhe permitia até se divertir sem sair de casa — a vida "idílica" de esposa e mãe a satisfazia cada vez menos.

Não que as mulheres não trabalhassem de todo já àquela época. Porém, eram mais as que pertenciam ao estrato mais desfavorecido da sociedade, precisando ajudar na renda da família e trabalhando em postos subalternos. Às mulheres de classes mais favorecidas era reservado o lugar supostamente privilegiado: o doméstico. Opor-se à esta posição "natural" representava, para muitos, o enfraquecimento dos valores morais.

Mas a batalha por um maior reconhecimento da liberdade de escolhas de vida ganhava finalmente seu impulso. Com seu impactante livro "Mística feminina" (1963), a escritora feminista Betty Friedan derrubava publicamente a representação das mulheres felizes em casa.

Os novos horizontes descortinados pelos movimentos feministas nas décadas seguintes redesenhariam a face das sociedades ocidentais. Nos interessa, no entanto, aqui notar como redesenhariam a própria mulher.

Desconstruindo a imagem feminina idealizada que parecia corresponder até então às expectativas de todos, apresentava-se um cenário permitindo o retorno do recalçado — expressão criada por Freud para explicar o surgimento consciente de conteúdos psíquicos recalçados até um determinado momento, porque inconfessáveis ou inconciliáveis com a realidade. Em outras palavras, às mulheres é dado então externar o que haviam reprimido por tanto tempo: o sonho de realizarem um trabalho fora de casa.

Não que as resistências não continuassem a se manifestar, provindo de homens, ameaçados pela perda de poder — ou de mulheres, ameaçadas pelas escolhas feitas por estas congêneres "diferentes", que fugiam do molde e faziam escolhas que elas mesmas não se sentiam aptas ou inclinadas a fazerem. Um e outras endossam a criação de um estereótipo da época: mulheres só eram profissionais bem-sucedidas quando não tinham vida pessoal, eram "mal-amadas". As executivas que mostravam-se ambiciosas, decididas e enérgicas não eram reconhecidas como adequadas ao sexo feminino.

Estereótipo que de certa forma acaba influenciando as próprias mulheres investindo em suas carreiras; elas passam a acreditar que para poderem ser bem-sucedidas no mercado de trabalho deviam adotar posturas masculinas. Liberadas de um recalque, elas reféns de outro: o de calar sua singularidade feminina.

Coordenar vida profissional exigente e vida familiar não é mesmo fácil (sobretudo quando se pensa na dupla jornada de trabalho da mulher, que prevalece até os dias de hoje). Surge, então, a noção de que havia algo que elas forçosamente deveriam perder por almejar outro futuro do que aquele para o qual se destinavam "originalmente" enquanto mulheres.

É assim que num primeiro tempo foi abraçando o modelo masculino de ser que a mulher evoluiu no meio empresarial, procurando provar poder ser (tanto quanto ele), "the right man for the job" ("o homem certo para o trabalho"). Até a moda da época refletiria esta atitude: os primeiros terninhos — com saia no começo, com a masculina calça comprida em seguida — se popularizaram pouco a pouco, os largos ombros másculos que lhes faltavam supridos por ombreiras postiças.

Mas a premissa era falsa: depois de décadas avançando segundo um modelo masculino de ser no mundo do trabalho, hoje começam a entender que é justamente enquanto mulheres que elas anseiam exercer uma profissão — e é enquanto mulheres que elas mais têm para contribuir!

Homens e mulheres são fundamentalmente iguais como sujeitos, o que não impede que sejam fundamentalmente diferentes enquanto homens e mulheres. A distinção nas suas constituições aparece cedo, a partir do momento em que ainda bem pequenos são confrontados com a enigmática diferença anatômica dos sexos. A criança (dos dois sexos) desenvolve, então teorias sexuais infantis para explicá-la a si mesma. Teorias equivocadas, sem dúvida, mas geniais como solução ao mistério que a impressiona e mesmo angustia.

Como a diferença de corpos concerne a ambos diferentemente, desenvolvem teorias distintas para lidar com a angústia com a qual este enigma da natureza os confronta e assim constituir as respectivas identidades. De alguma forma, este percurso identificatório revela-se mais delicado e complexo na mulher, exigindo dela um verdadeiro ato de

Este processo — da sua própria criação — favorece a mulher a desenvolver grandes capacidades inventivas. Principalmente por ser um processo que não se dá de uma vez por todas e, pelo contrário, se estende, em variações, ao longo da vida. Por isso, ele repercute na forma como a mulher faz escolhas, de acordo com a forma assumida pela sua criação que cada etapa a faz viver: se dedicando mais ou menos à carreira, reservando lugar para a vida de família, às vezes recuando para melhor avançar...

A contribuição especificamente feminina ao mundo do trabalho começa a ser reconhecida. A renomada executiva Christine Lagarde, recentemente nomeada Presidente do Banco Central Europeu, não hesita em dizer, por exemplo, que se o banco Lehman Brothers tivesse mulheres em seus cargos decisórios, a crise mundial de 2008 não teria ocorrido, ou ao menos teria sido menos devastadora. Acredita que mulheres acederem a cargos importantes nas organizações leva a um mecanismo mais apurado de governabilidade e de tomada de decisão: “Eu mantenho que as mulheres têm uma abordagem de risco diferente da dos homens”, diz esta hábil administradora que passou anos à frente do FMI. Sempre que se encontra num fórum feminino, busca absorver o clima de liberdade e inventividade que estes momentos lhe proporcionam: ser uma mulher entre outras, cada uma marcada de sua singularidade.

Fica assim, pouco a pouco, ultrapassada a fase em que tiveram as mulheres de adotar o modelo masculino. Depois de um século assumindo “o lugar dos homens” — seja ocupando postos deixados vagos durante as guerras, seja dando-se contornos masculinos para se provarem capazes de assumir a carga — elas hoje finalmente se posicionam enquanto the “right woman for the job”: não mais tentam disfarçar as diferenças entre elas e os homens, mas as enaltecem. Adotando uma maneira muito sua de ser, se permitem viver as experiências em suas vidas profissionais de forma a aceitarem a singularidade que as caracteriza.

A publicidade — que reflete e amplifica os fenômenos de sociedade — começa a dar mostras do surgimento desta nova mulher: não somente retratando-a de maneira múltipla, baixa, alta, gordinha ou magérrima, negra, branca ou oriental, jovem ou sênior, mas também integrando o fato de que a mulher experimenta várias vidas em uma, com escolhas que flutuam e evoluem segundo o momento que atravessa em sua existência.

É o que lhe permite questionar todas as opções, incluindo a centralidade do trabalho em suas vidas; não por não reconhecerem a sua importância, mas por não mais o encararem tanto como única (ou principal) forma de realização: uma liberdade à imagem do que ser mulher permite, acolhe e pede.

*Malvine Zalcberg é psicanalista e autora de "De menina a mulher: cenas da elaboração da feminilidade no cinema e na psicanálise" (Edições de Janeiro, 2019), livro também publicado na França sob o título "Devenir femme: de mère en fille" (Albin Michel, 2019).*