

Mercado de Trabalho

conjuntura e análise

ANO 30 | outubro de 2024

78



Governo Federal

Ministério do Planejamento e Orçamento

Ministra Simone Nassar Tebet

ipea

Instituto de Pesquisa
Econômica Aplicada

Fundação pública vinculada ao Ministério do Planejamento e Orçamento, o Ipea fornece suporte técnico e institucional às ações governamentais – possibilitando a formulação de inúmeras políticas públicas e programas de desenvolvimento brasileiros – e disponibiliza, para a sociedade, pesquisas e estudos realizados por seus técnicos.

Presidenta

Luciana Mendes Santos Servo

Diretor de Desenvolvimento Institucional

Fernando Gaiger Silveira

Diretora de Estudos e Políticas do Estado, das Instituições e da Democracia

Luseni Maria Cordeiro de Aquino

Diretor de Estudos e Políticas Macroeconômicas

Cláudio Roberto Amitrano

Diretor de Estudos e Políticas Regionais, Urbanas e Ambientais

Aristides Monteiro Neto

Diretora de Estudos e Políticas Setoriais, de Inovação, Regulação e Infraestrutura

Fernanda De Negri

Diretor de Estudos e Políticas Sociais

Carlos Henrique Leite Corseuil

Diretor de Estudos Internacionais

Fábio Vêras Soares

Chefe de Gabinete

Alexandre dos Santos Cunha

Coordenadora-Geral de Imprensa e Comunicação Social

Gisele Amaral

Ouvidoria: <http://www.ipea.gov.br/ouvidoria>

URL: <http://www.ipea.gov.br>

Mercado de Trabalho: conjuntura e análise

CORPO EDITORIAL

Editor Responsável

Sandro Pereira Silva

Membros

Carlos Henrique Leite Corseuil

Lauro Ramos

Sandro Sacchet de Carvalho

Equipe de Apoio

Gabriela Carolina Rezende Padilha

Leo Veríssimo Fernandes

Libania Araújo Silva

© Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – ipea 2024

Mercado de trabalho : conjuntura e análise / Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada; Ministério do Trabalho. – v.1, n.0, (mar.1996)- .- Brasília: Ipea: Ministério do Trabalho, 1996-

Irregular (de 1996-2008); Trimestral (de 2009-2012); Semestral (a partir de 2013).

Título da capa: Mercado de Trabalho: conjuntura e análise
ISSN 1676-0883

1. Mercado de Trabalho. 2. Estatísticas do Trabalho. 3. Brasil. 4. Periódicos.
I. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. II. Brasil. Ministério do Trabalho.

CDD 331.1205

As publicações do Ipea estão disponíveis para download gratuito nos formatos PDF (todas) e ePUB (livros e periódicos). Acesse: <http://www.ipea.gov.br/portal/publicacoes>

As opiniões emitidas nesta publicação são de exclusiva e inteira responsabilidade dos autores, não exprimindo, necessariamente, o ponto de vista do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada ou do Ministério do Planejamento e Orçamento.

É permitida a reprodução deste texto e dos dados nele contidos, desde que citada a fonte. Reproduções para fins comerciais são proibidas.

O PESO DAS PALAVRAS: A LINGUAGEM DE GÊNERO E A PARTICIPAÇÃO E O POSICIONAMENTO DAS MULHERES NO MERCADO DE TRABALHO^{1,2}

Mariagrazia Squicciarini³

1 INTRODUÇÃO

Apesar de décadas de progresso, as mulheres ainda enfrentam inúmeras barreiras no mercado de trabalho. Isso cria um vasto reservatório de potencial inexplorado e de oportunidades perdidas que vão além das próprias mulheres e afetam comunidades, regiões, bem como o bem-estar econômico e social como um todo.

A pandemia de covid-19 agravou essa situação, com as mulheres deixando a força de trabalho em maior proporção que os homens, e até agora a participação feminina ainda não se recuperou completamente. O Prêmio Nobel de Economia de 2023, concedido a Claudia Goldin, destaca a importância do problema e sua contribuição para o avanço de nossa compreensão de como e onde as mulheres foram mantidas fora da força de trabalho; e demonstra que elas recebem menos do que os homens, apesar de realizarem tarefas semelhantes e terem habilidades parecidas. Essas desigualdades e injustiças representam problemas que precisam de soluções imediatas e de longo prazo, com o objetivo de remover as barreiras à entrada de mulheres que buscam ingressar na força de trabalho e os obstáculos à progressão na carreira que elas encontram ao longo do caminho.

Impedir a participação feminina na força de trabalho global não é apenas injusto, mas também é insustentável. As empresas precisam de trabalhadores, e o crescimento e o desenvolvimento do mercado de trabalho não podem ocorrer se muitos forem deixados de lado. Isso é ainda mais urgente no contexto de mudanças estruturais, como a inteligência artificial (IA) e as transformações digitais, que exigem capital humano talentoso e capacitado para extrair seu completo potencial.

Muitas das barreiras que mantêm as mulheres fora da força de trabalho estão profundamente enraizadas em normas culturais, preconceitos conscientes e inconscientes, bem como práticas empresariais de longa data. Isso inclui papéis tradicionais de gênero que atribuem às mulheres a maior parte das responsabilidades domésticas, o que torna difícil equilibrar a vida profissional e a vida doméstica e, em última análise, dificulta o empoderamento e a resiliência das mulheres.

1. DOI: <http://dx.doi.org/10.38116/bmt78/dossie3>

2. Este artigo é um resumo do relatório *The weight of words: gendered language and women's participation and positioning in the labor market* (Squicciarini et al., 2024). O relatório original é uma publicação da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), em parceria com a Lightcast, coautorada por Mariagrazia Squicciarini (UNESCO); Layla O'Kane (Lightcast); Julia Nania (Lightcast); Echo Liu (Lightcast); e Scott Bingham (Lightcast). Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000388794>.

3. Chefe do Gabinete Executivo do Setor de Ciências Sociais e Humanas da United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO). E-mail: m.squicciarini@unesco.org.

Além disso, a discriminação ativa e os preconceitos inconscientes podem se manifestar nos processos de contratação, em que as mulheres às vezes são julgadas não apenas com base em suas qualificações, mas também com base em fatores que deveriam ser irrelevantes, como aparência ou suposições sobre o futuro planejamento familiar. Nas situações em que os homens têm tido convencionalmente mais sucesso no mercado de trabalho, a dependência da trajetória (*path dependency*) e a tendência de seguir um *modus operandi* que prioriza fazer as coisas da maneira como sempre foram feitas restringem a participação das mulheres no mercado de trabalho, seu potencial de *networking* e a mobilidade ascendente no local de trabalho.

Embora esses desafios sejam difíceis, algumas barreiras são mais fáceis de eliminar do que outras, e a linguagem usada nos anúncios de emprego é uma delas. Essa “alternativa fácil” pode ser resolvida imediatamente tanto por governos quanto por empresas: mudar a linguagem de um anúncio de trabalho leva minutos, e não anos. Contudo, o primeiro passo para resolver um problema é reconhecê-lo. Por mais de uma década, os pesquisadores identificaram, quantificaram e articularam o preconceito de gênero em escolhas linguísticas específicas. No entanto, esse conhecimento ainda não se traduziu em progresso, no mundo real, sobre as questões de diversidade, equidade e inclusão. Isso se deve, em grande parte, à maneira como o vocabulário e a sintaxe são escolhidos, muitas vezes sem esforço consciente.

Tomar consciência de qualquer preconceito de gênero em um texto requer atenção deliberada, e os dados do mercado de trabalho podem ajudar a promover resultados mais equitativos. Se as pessoas que escrevem as ofertas empregam linguagem de gênero de forma viesada a favor dos homens, deliberadamente ou não, isso é inerentemente injusto para as mulheres. Os efeitos do emprego têm impacto imenso e tangível nos indivíduos e nas economias, e permitir que o preconceito de gênero passe despercebido ou que não seja contestado é tão inaceitável quanto autodestrutivo.

Este relatório exploratório utiliza dados sobre anúncios de emprego e perfis de carreira para iniciar uma análise aprofundada – em duas linhas principais – dos obstáculos que afetam as mulheres no mercado de trabalho. Primeiro, estudamos a linguagem de gênero nas ofertas de emprego e as ramificações que essa linguagem tem sobre as decisões das mulheres de se candidatarem a determinadas funções. Segundo, examinamos os tipos de benefícios anunciados nas ofertas de emprego e como essas ofertas se relacionam com o ingresso ou a permanência das mulheres na força de trabalho, bem como a mobilidade na carreira.

Nosso objetivo é fornecer algumas primeiras evidências sólidas e uma compreensão atualizada dos fatores determinantes e dos resultados reais relacionados à participação e ao posicionamento das mulheres no mercado de trabalho. Esses resultados são medidos por meio da análise das taxas de emprego feminino e do nível de senioridade alcançado pelas mulheres em alguns países de língua inglesa, como Austrália, Canadá, Nova Zelândia, Singapura, Reino Unido e Estados Unidos. Por fim, fornecemos algumas recomendações práticas que podem ajudar a resolver esses problemas. Com base em uma perspectiva clara e orientada por dados, os formuladores de políticas e os empregadores podem estar em uma posição melhor para remover as barreiras que impedem a capacidade da economia global de aproveitar todo o potencial que as mulheres representam para o bem-estar das sociedades em todo o mundo.

2 HISTÓRICO, LITERATURA E LIMITAÇÕES

No mundo, as desigualdades de gênero na força de trabalho persistem e são alimentadas por uma ampla gama de barreiras que restringem a capacidade das mulheres de participarem plenamente do mercado de trabalho. Como elas são as principais cuidadoras domésticas, geralmente tendem a trabalhar em cargos que oferecem maior flexibilidade. Esses cargos, no entanto, frequentemente oferecem salários e benefícios mais baixos, e, embora o trabalho em meio período possa ajudar a encontrar uma solução para equilibrar o serviço e as responsabilidades familiares, pode limitar ainda mais as oportunidades de carreira e o crescimento profissional das mulheres. Além disso, os próprios custos e as responsabilidades de cuidar dos filhos e da educação das crianças podem criar obrigações adicionais que impedem as mulheres de prosperarem no mercado de trabalho.

Ainda hoje, as que chegam a cargos de alta gerência são minoria. Isso acontece apesar de muitos países terem implementado cotas ou outros tipos de políticas destinadas a melhorar a participação desse grupo no mercado de trabalho, além de programas criados para aumentar o número de mulheres que trabalham, bem como o nível e a qualidade dos empregos que elas têm.

De acordo com a Organização Internacional do Trabalho (OIT), a participação global da força de trabalho feminina é de 47%, contra 72% da taxa de participação masculina, e essa taxa permaneceu estável nas últimas três décadas. Nos seis países analisados neste documento, a participação da força de trabalho feminina é de 61% em média, em comparação com 71% da participação masculina. A Nova Zelândia lidera esse grupo, com 66,5%, e os Estados Unidos ocupam a posição mais baixa, com 56,5%.

O Gender Gap Score (GGS), do Fórum Econômico Mundial (WEF), mede a paridade de gênero e as lacunas de gênero, avaliando as oportunidades econômicas, a educação, a saúde e a liderança política. Ademais, mede o quanto da lacuna foi eliminado nesses indicadores, de modo que 100% indica paridade. O GGS é alto para todos os países analisados neste documento, colocando os seis entre os cinquenta primeiros. Destaca-se que, em média, esses seis países fecharam 78% da lacuna de gênero.

Compreender essa lacuna é fundamental para estabelecer metas e monitorar resultados; e para progredir nessas questões é preciso aprender quais fatores estão levando a resultados desiguais e injustos, como os preconceitos socioeconômicos incorporados e revelados por meio da linguagem. Um desses fatores é o vocabulário: a linguagem usada em uma sociedade é o reflexo de suas normas, seus estereótipos e sua cultura, e essa linguagem pode ser discriminatória, consciente ou inconscientemente. Com base na literatura existente, nossa pesquisa examina a relação entre a linguagem utilizada nas ofertas de emprego e a participação e os resultados das mulheres na força de trabalho. Esta pesquisa traz três contribuições principais. Em primeiro lugar, complementa e enriquece os estudos existentes usando dados do mercado de trabalho relacionados a milhões de anúncios e avalia empiricamente a existência de linguagem de gênero em propagandas de emprego divulgadas em países de língua inglesa. Isso nos permite revelar uma correlação entre uma linguagem com conotação masculina e os resultados negativos para as mulheres no mercado de trabalho. Em segundo lugar, esclarecemos a situação atual dos benefícios favoráveis às mulheres que

são oferecidos no mercado de trabalho. Para isso, aproveitamos as informações dos empregadores que anunciam *on-line*, de modo que obtemos uma visão em tempo real de tais benefícios e da frequência com que são anunciados. Em terceiro lugar, examinamos a relação entre os benefícios divulgados e o emprego feminino, a fim de informar as políticas que geram o melhor resultado em termos de incentivo ao ingresso e à progressão da carreira das mulheres no mercado de trabalho. Por fim, avaliamos a relação entre a linguagem e um tipo particularmente horrível de desigualdade de gênero, o chamado “teto de vidro”, o qual impede que as mulheres ascendam a cargos gerenciais e, em especial, à alta gerência.

3 BENEFÍCIOS E LIMITAÇÕES DA PUBLICAÇÃO DE EMPREGOS E DADOS DE PERFIS SOCIAIS

A vantagem de contar com anúncios de emprego e perfis sociais é a de que eles fornecem uma quantidade de informações sem precedentes e nos permitem ter uma visão mais completa do mercado de trabalho. Os dados das postagens *on-line* capturam diretamente a perspectiva e a linguagem dos empregadores e os benefícios que eles oferecem, em escala e em tempo real, o que é particularmente valioso para informar a elaboração de políticas de forma precisa e oportuna.

Uma limitação dos dados usados neste trabalho é sua representatividade. Nem todas as vagas de emprego são publicadas *on-line*, o que significa que o universo de anúncios de emprego *on-line* tende a ser ligeiramente enviesado em direção a empregos profissionais nas indústrias de tecnologia e serviços, enquanto as posições manuais tendem a ser sub-representadas. Vários trabalhos de pesquisa avaliaram o valor dos dados de anúncios de vagas, bem como a representatividade de anúncios do Lightcast, em particular. Cammeraat e Squicciarini (2021) concluíram que esses dados “apresentam boas propriedades estatísticas e são uma fonte útil de informações oportunas sobre a demanda do mercado de trabalho”. As informações de perfis sociais também tendem a representar em excesso os cargos mais qualificados e os profissionais, em oposição aos cargos manuais. Entretanto, na medida em que é claramente definida a amostra para a qual a análise é representativa, a correlação e as estimativas descobertas não devem ser consideradas como não confiáveis. Nossa análise se concentra em profissionais e, em uma parte, especificamente em funções gerenciais. Portanto, essa ressalva não se aplica à nossa análise.

Esta pesquisa analisa a correlação entre o uso de linguagem com conotação masculina e o emprego feminino. Embora pareça haver forte ligação entre os dois, essa constatação não permite nenhuma conclusão sobre sua causalidade. No entanto, evidencia a situação atual da desigualdade de gênero no mercado de trabalho.

4 LINGUAGEM DE GÊNERO

Uma grande quantidade de pesquisas examinou como a linguagem se relaciona com a sociedade e com suas normas e seus estereótipos, bem como a relação entre linguagem e gênero, a maneira como a linguagem reflete as normas e as crenças da sociedade e o modo como ela pode levar à discriminação, principalmente contra as mulheres. Categorias sociais como gênero são

construídas e reforçadas por meio da linguagem cotidiana. Portanto, a linguagem tem papel fundamental na vida social, pois a categorização de gênero é incorporada à linguagem, o que significa que as pessoas estão acostumadas aos estereótipos de gênero desde a mais tenra idade.

Eckert e McConnell-Ginet (2013) apresentam uma visão geral dos estudos que avaliam a conexão entre gênero e linguagem e argumentam que a vida é dividida em dois gêneros desde o nascimento. Desse modo, cada aspecto da vida tende a assumir uma inflexão de gênero. Diferentes estilos de comunicação estão associados a homens e mulheres – enquanto os homens têm maior probabilidade de usar linguagem competitiva e individualista, as mulheres têm maior probabilidade de usar linguagem cooperativa e centrada no outro.

Com base nessas descobertas fundamentais sobre a ligação entre linguagem e gênero, vários pesquisadores avaliaram a linguagem usada em anúncios de emprego e sua relação com o gênero. Desde 2011, surgiram vários estudos relacionados a esse tópico, e isso apoia a ideia de que a linguagem de gênero tem impacto no mundo real. Em Israel, Cohen *et al.* (2023) estudam o desempenho em testes de admissão em faculdades e constatam que as mulheres respondem positivamente à linguagem neutra em termos de gênero em exames escritos. Evidências empíricas também constatam que, quando os anúncios de emprego têm termos relativamente mais masculinos, as mulheres acham esses cargos menos atraentes. Nesse contexto, surge ligação clara entre o uso da linguagem e a participação feminina no mercado de trabalho.

Na Espanha, os experimentos de campo de del Carpio e Fujiwara (2023) sobre anúncios de emprego no setor de tecnologia mostram que a linguagem neutra em termos de gênero pode aumentar o número de candidatas. Esse trabalho também inclui dados de pesquisa que indicam que a linguagem neutra em termos de gênero pode aumentar o interesse das mulheres e sua percepção da cultura de uma empresa. Por um lado, um artigo que analisa o setor de *science, technology, engineering e mathematics* (Stem) no Reino Unido (Hu *et al.*, 2022) conclui ainda que tais ofertas frequentemente usam linguagem com conotação masculina e que os setores e as ocupações que usam linguagem predominantemente masculina também apresentam parcela maior de homens empregados. Por outro lado, outras pesquisas recentes sugerem que há pouco efeito em ambos os sentidos. Embora o escopo de estudo seja diferente da análise que apresentamos, Castilla e Rho (2023) argumentam que a alteração da linguagem usada em anúncios de emprego pode não levar necessariamente a um aumento no número de candidatas mulheres, porque é apenas uma peça do quebra-cabeça que mantém o mercado de trabalho global longe de um *pool* de talentos mais diversificado. Todavia, mesmo que seja uma barreira relativamente pequena, a linguagem de gênero continua sendo um empecilho, e nossa pesquisa mostra que ela ainda é amplamente utilizada.

O que pretendemos fazer com essa análise é avaliar até que ponto tais barreiras ainda estão presentes no mercado de trabalho atual e os resultados acarretados em termos de participação e posicionamento das mulheres no mercado de trabalho. Nossa metodologia do uso da linguagem baseia-se no trabalho de Gaucher, Friesen e Kay (2011) sobre o estilo de redação com base em gênero nas ofertas de emprego e em como elas se relacionam com desigualdade. Os autores usam anúncios de vagas para analisar os efeitos da linguagem de gênero sobre a atratividade do emprego e o sentimento de pertencimento dos trabalhadores.

5 BENEFÍCIOS DO TRABALHO

Além de esclarecer a relação entre a linguagem de gênero e a participação das mulheres no mercado de trabalho, este estudo visa contribuir para a discussão sobre a influência dos benefícios na atração de talentos, especialmente o feminino. Os dados de anúncios de emprego *on-line* nos permitem fazer isso, pois incluem informações sobre quais tipos de benefícios são oferecidos, sua frequência e quais setores os oferecem. Isso nos permite ver que um dos principais benefícios oferecidos é a creche, pois esta representa um custo enorme para as famílias e atende a uma necessidade importante; os países de língua inglesa estão entre os lugares onde a creche é mais cara.

Estudos demonstraram que a licença parental remunerada e a creche subsidiada têm vários benefícios econômicos, inclusive ajudam a atrair e manter as mulheres na força de trabalho, pois permitem combinar vida familiar e emprego. Um estudo de 2020 sobre a lacuna de gênero em cargos de gerência, realizado no Reino Unido (Pen e She, 2020), concluiu que as mulheres têm menor probabilidade de ocupar cargos de gerência devido às responsabilidades de cuidar dos filhos. Também postula que a melhoria nos benefícios pode acarretar aumento no número de gerentes do sexo feminino. Países diferentes têm padrões diversos para licença parental e creche, com diferenças na análise entre países que provavelmente dependerão, em grande parte, desses padrões. Nos Estados Unidos, onde o governo federal não oferece licença parental remunerada obrigatória, as licenças oferecidas pelos empregadores são extremamente importantes, pois representam a única opção disponível para os pais. Em outros territórios, qualquer licença mencionada nos anúncios deve ser considerada como benefício adicional, acima e além dos padrões básicos de atendimento da nação. Entretanto, como cada um dos seis países analisados está na extremidade inferior do espectro global, mesmo esses benefícios complementares podem acabar tendo efeitos importantes.

Os empregadores precisam considerar cuidadosamente o conjunto de benefícios que oferecem a seus funcionários para atrair os talentos de que precisam e se tornarem patrões desejáveis. Pesquisas nos Estados Unidos (Jones, 2017) constataram que, além do seguro-saúde, os trabalhadores – especialmente as mulheres – valorizam horários flexíveis, a possibilidade de trabalhar remotamente, tempo de férias e assistência financeira para despesas como empréstimos estudantis.

Outros estudos indicam que a disparidade entre os gêneros pode ser reduzida e que o emprego feminino pode ser aumentado mediante o fornecimento de apoio financeiro relacionado a cuidados infantis e outras vantagens para apoiar as mães que trabalham, como flexibilidade e outros benefícios. Os direitos de licença parental de até um ano, com proteção ao emprego, podem aumentar a permanência na função, pois dão às mulheres a oportunidade de fazerem uma pausa e voltarem ao mesmo cargo mais tarde. Essa segurança ajuda tanto as funcionárias quanto os empregadores, que se beneficiam da menor rotatividade, pois não precisam recontratar ou treinar um novo funcionário para o mesmo cargo. Na parte analítica deste relatório, mostramos a frequência com que os empregadores oferecem vantagens às mulheres e examinamos a relação entre os diferentes tipos de benefícios e o emprego feminino, para destacar aqueles que apresentam maior correlação com a participação feminina no mercado de trabalho.

A seguir, complementamos os estudos existentes avaliando a situação atual das mulheres que ocupam cargos gerenciais. Para isso, usamos dados de perfil social, dividimos essas informações por setor e nível de senioridade e, posteriormente, correlacionamos tais dados com a linguagem usada em anúncios de cargos gerenciais.

6 LINGUAGEM DE GÊNERO EM ANÚNCIOS DE EMPREGO

Nossa análise da linguagem usada é baseada na proporção de palavras com código de gênero em cada anúncio. A Lightcast – uma empresa que fornece dados e análises sobre o mercado de trabalho e as tendências de emprego – coleta dados de um conjunto abrangente de 65 mil fontes *on-line*. Nesse contexto, identifica *sites* com conteúdo relacionado a oportunidades de emprego, utilizando a tecnologia *spider*, e desduplica as ofertas para garantir que o conjunto de dados não contenha o mesmo conteúdo várias vezes.

Uma característica que emerge claramente é que todas as postagens têm uma parcela maior de palavras-chave femininas em comparação com as masculinas. Isso pode ser um resultado mecânico do fato de que a lista de palavras-chave associadas a mulheres é cerca de 30% maior do que a usada para homens. Portanto, ao analisar os resultados, é importante não apenas observar os níveis gerais, mas também as tendências ao longo do tempo, além de avaliar até que ponto os termos associados a homens deram lugar a uma forma mais inclusiva de redigir as ofertas de vagas.

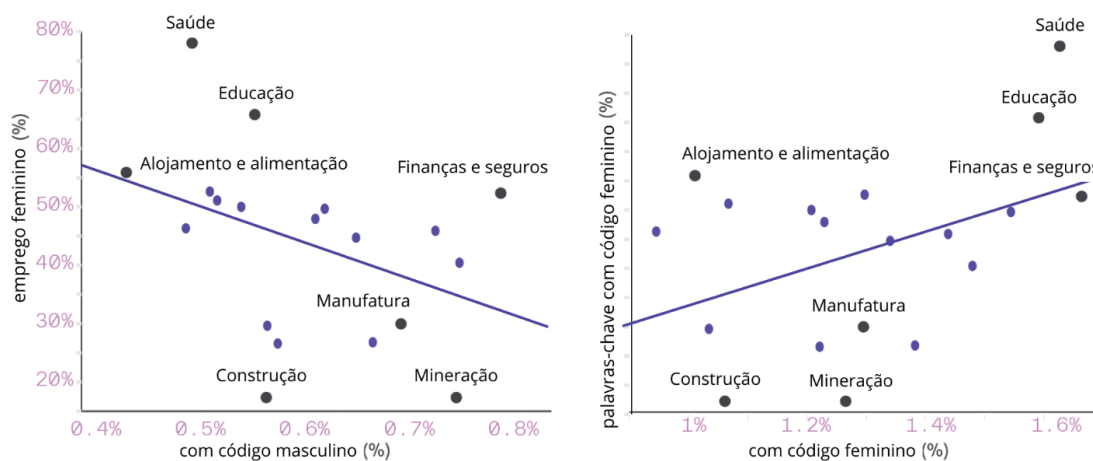
Nossa própria análise dos dados de anúncios *on-line* nos Estados Unidos, durante o período de 2010 a 2022, mostra aumento de 59% no uso de linguagem com conotação feminina ao longo do tempo. Isso pode refletir o aumento genuíno da necessidade de determinados tipos de habilidades e atitudes, ou o resultado de maior conscientização das empresas contratantes quanto à necessidade de serem inclusivas para atrair melhores talentos.

Pesquisas anteriores mostram que as mulheres têm menor probabilidade de se candidatarem a empregos com linguagem mais masculina, mas a linguagem feminina não afeta a escolha de qualquer gênero para se candidatar a determinada vaga, pois essa linguagem também pode ser considerada inclusiva. Uma possível explicação para isso é que tal literatura já existe há tempo suficiente para que os empregadores tenham começado a usar ferramentas de modo a ajudar a remover a linguagem de gênero de suas publicações, especialmente nos Estados Unidos. No entanto, também observamos que, com o passar do tempo, o uso de termos com conotação masculina também aumentou um pouco nas ofertas digitais de emprego, embora tenha se estabilizado nos últimos quatro anos, o que continua a desencorajar as mulheres a se candidatarem a tais empregos.

Por um lado, as evidências que reunimos mostram que as ofertas da Austrália usam a maior proporção de linguagem de gênero, liderando tanto a participação masculina quanto a feminina. Por outro lado, Singapura ocupa a posição mais baixa em termos de linguagem com conotação feminina. Todas as publicações têm proporção maior de palavras-chave femininas em comparação com as masculinas, que – a primeira lista representa em torno de 30% – é mais longa, como dissemos.

Correlacionamos os níveis de emprego feminino por setor em 2022 com a presença de linguagem com conotação masculina e descobrimos que o uso relativamente maior dessa linguagem está correlacionado com menor emprego feminino e que a maior utilização de palavras-chave femininas está correlacionada com maior emprego feminino. Isso pode ser visto claramente na figura 1, na qual cada ponto representa um setor industrial, em que os valores são calculados como a média de todos os seis países. Esse padrão é consistente em todos os lugares analisados quando são considerados individualmente.

FIGURA 1
Correlação da linguagem de gênero com o emprego feminino – Austrália, Canadá, Nova Zelândia, Singapura, Reino Unido e Estado Unidos (2022)



Fonte: Lightcast; Australian Bureau of Statistics (ABS); Statistics Canada (StatCan); Household Labour Force Survey of New Zealand (HLFS); Ministry of Manpower Singapore (Mom); Office for National Statistics of the United Kingdom (ONS); e United States Bureau of Labor Statistics (BLS).

Elaboração da autora.

- Obs.: 1. O alto uso de linguagem com conotação masculina está associado a um menor número de empregos femininos.
2. As linhas de tendência mostram a correlação entre a parcela de linguagem codificada por gênero nas ofertas de emprego e a parcela correspondente de emprego feminino.
3. Esta figura corresponde à figura 6 do artigo original.
4. A figura não pôde ser padronizada e revisada em virtude das condições técnicas dos originais (nota do Editorial).

A correlação positiva entre o emprego feminino e o uso de linguagem com conotação feminina pode indicar que a aplicação de determinadas palavras pode incentivá-las a se candidatarem a essas vagas, embora a endogeneidade também possa estar em jogo aqui. Os setores com proporção maior de mulheres empregadas podem tender a usar mais palavras-chave femininas nas ofertas de emprego e, assim, atrair mais o público feminino. Além disso, surge uma correlação negativa entre a porcentagem de palavras-chave masculinas e o emprego feminino. Surpreendentemente, o setor de tecnologia da informação se destaca como aquele que mais utiliza linguagem inclusiva para mulheres em seus anúncios de emprego nos Estados Unidos, apesar de apresentar apenas uma proporção média de funcionários do sexo feminino em todos os países considerados. Especialmente nos últimos anos, isso pode ser o resultado do escrutínio público das grandes empresas de tecnologia e de seus esforços para usar linguagem

mais favorável às mulheres. Deve-se observar, no entanto, que esse setor também está entre os que têm maior probabilidade de usar palavras-chave associadas aos homens. Por um lado, isso está de acordo com o fato de que tais empresas são e continuam sendo predominantemente masculinas, apesar dos esforços para atrair mais mulheres. Por outro lado, as evidências mostram que as publicações, em geral, usam mais linguagem de gênero e menos palavras neutras em termos de gênero. Nos Estados Unidos, no Canadá, na Austrália e na Nova Zelândia, os empregadores dos setores de finanças e tecnologia da informação tendem a usar termos femininos e masculinos com mais frequência nas ofertas de vagas em comparação com outras áreas, como manufatura, agricultura, construção e mineração, que têm menos empregos femininos. A análise do setor industrial mostra que vários segmentos caracterizados por baixo nível de emprego feminino usam linguagem com conotação masculina em suas ofertas.

7 BENEFÍCIOS PARA MULHERES

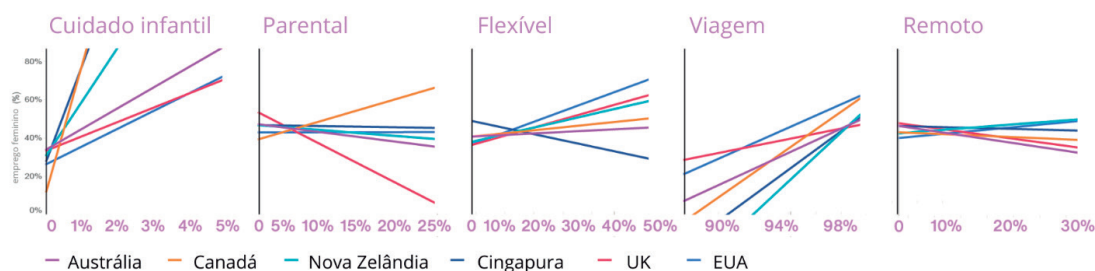
A participação e o posicionamento no mercado de trabalho também dependem dos incentivos que os indivíduos podem receber para isso. No caso das mulheres, a disponibilidade de certos benefícios que ajudam a facilitar o equilíbrio entre as obrigações familiares e profissionais pode incentivá-las a se candidatarem. Conforme mencionado, em todo o mundo, o papel que as mulheres desempenham como principais cuidadoras pode, muitas vezes, fazer com que não entrem no mercado de trabalho ou que se retirem do trabalho depois de terem filhos.

Entre os países analisados no presente relatório, os Estados Unidos são o país com a maior proporção de vagas de emprego que anunciam benefícios de creche, seguidos pelo Reino Unido. Surgem diferenças importantes em termos de tipo e frequência das vantagens oferecidas entre os Estados Unidos e o Reino Unido e outros países de língua inglesa, que exibem participações muito menores. Isso provavelmente se deve às políticas governamentais de benefícios, bem como à dinâmica específica do mercado, em que a concorrência pelos melhores talentos entre as empresas também ocorre com base nos benefícios adicionais, além do salário oferecido aos possíveis funcionários.

Os Estados Unidos são o único país do G7 que não oferece licença maternidade legal remunerada, o que significa que a oferta de benefícios depende totalmente dos empregadores. Em outras nações, não haveria necessidade estrita de anunciar a creche, se não para indicar benefícios extras, já que todos os trabalhadores têm direito a alguns benefícios. A Austrália lidera no que diz respeito aos benefícios parentais: mais de 10% de todos os anúncios de emprego australianos mencionam licença parental ou algum outro tipo de benefício relacionado à paternidade. As horas de trabalho flexíveis são mais comuns na Austrália e na Nova Zelândia. Nesse cenário, quase um quarto de todas as ofertas de emprego na Austrália e 19% na Nova Zelândia oferecem horários flexíveis. Quando se trata de viagens, apenas uma minoria de vagas exclui essa possibilidade. Os Estados Unidos aparecem como o país onde mais viagens são exigidas pelos empregadores; em seguida vem o Canadá. No outro lado do espectro, encontramos Singapura (1%) e Nova Zelândia (cerca de 1,4%).

Por fim, ao analisar a possibilidade de trabalhar remotamente, a proporção de empregos anunciados como sendo total ou parcialmente remotos é maior no Reino Unido (11%), seguido pelo Canadá (9%). Como esses benefícios diferem por setor, é provável que a composição da área também desempenhe um papel na proporção total de benefícios oferecidos em cada país. De modo geral, os serviços administrativos; de tecnologias da informação e comunicação (TIC); de administração pública; de serviços de hospedagem e alimentação; e de finanças oferecem a maior proporção de benefícios favoráveis às mulheres em todos os países. As vantagens de licença parental em serviços públicos e mineração são altas porque grande proporção de empregos no Reino Unido, nesses setores, oferece tais benefícios.

FIGURA 2

Correlação de benefícios favoráveis às mulheres com o emprego feminino – 2022

Fonte: Lightcast; ABS; StatCan; HLF5; Mom; ONS; e BLS.

Elaboração da autora.

- Obs.: 1. Os benefícios de cuidados infantis e de viagens têm forte relação positiva com taxas mais altas de emprego feminino.
 2. As linhas de tendência mostram a correlação entre a parcela de anúncios de emprego que mencionam determinado benefício e a porcentagem correspondente de emprego feminino por setor industrial. Cada linha colorida representa um país diferente. Os pontos de dados de cada setor não são mostrados no gráfico. As informações apresentadas são para 2022.
 3. Esta figura corresponde à figura 11 do artigo original.
 4. A figura não pôde ser padronizada e revisada em virtude das condições técnicas dos originais (nota do Editorial).

Há uma correlação clara e positiva entre o apoio à creche, de qualquer forma, e a taxa de emprego feminino, enquanto a relação entre a licença parental e o emprego feminino é menos evidente. Entre os benefícios oferecidos, o horário de trabalho flexível também pode ajudar a conciliar a vida familiar e profissional. Os dados corroboram essa afirmação, mostrando uma correlação positiva entre horários flexíveis e os níveis de emprego feminino em todos os países analisados, exceto em Singapura. No caso de viagens, há uma correlação fortemente positiva entre não precisar viajar e o emprego feminino. Isso pode ser explicado pelo fato de que qualquer trabalho que exija viagens representa um fardo adicional para aqueles com filhos ou outras responsabilidades familiares, pois demanda coordenação e providências extras durante os períodos de ausência em função do cargo.

Por fim, quando se trata de trabalho remoto, surge correlação ligeiramente positiva entre essa modalidade e o emprego feminino nos Estados Unidos e na Nova Zelândia, enquanto todas as outras nações apresentam relações negativas. Trabalhar em casa pode ser benéfico para as mulheres porque reduz o trajeto para a escola ou para a creche e proporciona mais flexibilidade em caso de emergências no cuidado dos filhos. No entanto, o fato de um trabalho poder

ser realizado a distância depende de vários fatores, inclusive da configuração organizacional, do setor e, o mais importante, do próprio tipo de trabalho ou das tarefas a serem realizadas.

8 ANTIGUIDADE E TETO DE VIDRO

A linguagem de gênero pode não apenas afetar a participação e o posicionamento das mulheres no mercado de trabalho, mas também sua progressão na carreira. Para investigar o tamanho e a espessura do teto de vidro que as mulheres podem enfrentar, usamos dados de perfis sociais para ver os tipos de cargos que elas ocupam. Em seguida, correlacionamos esses dados com a linguagem usada em anúncios de emprego relevantes. Essa análise baseia-se em um conjunto de dados com mais de 125 milhões de registros de perfis sociais individuais, atualizados trimestralmente. Cada perfil contém informações sobre o histórico educacional e de emprego declarado pelo próprio indivíduo.

Nossos dados de perfil social mostram que as mulheres ocupam a minoria dos cargos gerenciais e que os Estados Unidos são o país que apresenta a maior proporção de mulheres gerentes entre as nações consideradas, ou seja, 41%. Por um lado, vemos claramente que, quanto mais alto é o cargo, menor é a probabilidade de ele ser ocupado por uma mulher. Embora a proporção de mulheres gerentes seja quase a mesma em todos os países, mais de dois quintos de todos esses cargos estão no nível mais básico. Por outro lado, quanto maior é a senioridade do nível de diretor considerado, menor é a porcentagem de mulheres que ocupam essas funções. Com exceção da Austrália e da Nova Zelândia, onde a porcentagem de vice-presidentes e de funções do tipo *c-suite* ocupadas por mulheres é basicamente a mesma, em todos os outros países considerados, quanto mais alto é o cargo gerencial, menor é a porcentagem de mulheres que o ocupam. Em setores como mineração, serviços públicos e construção, em todos os países, os homens representam aproximadamente 70% dos gerentes. Em TIC, atividades profissionais, serviços administrativos, finanças e seguros, aproximadamente 60% dos cargos de gerência são ocupados por homens. Mesmo nos setores em que mais mulheres ocupam cargos de gerência, a representação feminina diminui à medida que os níveis de senioridade aumentam, o que indica a existência de um teto de vidro espesso.

9 ALGUMAS CONCLUSÕES INICIAIS PARA INFORMAR A POLÍTICA

Embora a análise apresentada neste relatório não possa afirmar que exista relação causal, os fatos apresentados e as correlações descobertas apontam para as alternativas mais fáceis para a política na busca por participação e posicionamento das mulheres no mercado de trabalho. Essas alternativas mais fáceis são chamadas palavras. Surge uma relação clara entre o uso de linguagem com viés masculino em vagas de emprego *on-line* e a participação das mulheres no mercado de trabalho. Ademais, o uso de linguagem com conotação feminina não parece ajudar a motivar as mulheres a aceitarem esses empregos.

Por um lado, isso indica que as mulheres não esperam tratamento preferencial nem o buscam. Por outro lado, sinaliza que elas simplesmente não querem ser discriminadas por meio

do uso de jargão que transmite claramente a ideia de que elas não são bem-vindas. Como disse Edgar Allan Poe (1997, p. 123-124), “as palavras não têm o poder de impressionar a mente sem o requintado horror de sua realidade”, ou seja, a linguagem é muito importante, e as palavras podem ter um peso considerável na formação das crenças e das decisões das pessoas de fazerem ou não fazerem algo.

A linguagem é um reflexo das crenças sociais e das normas socioeconômicas. Ela pode ser ativamente aproveitada como uma ferramenta de inclusão que custa pouco, mas que pode realmente ajudar a alcançar resultados significativos. Se a linguagem usada nos anúncios de emprego enviar sinais implícitos de que os homens são mais adequados para o cargo ou são mais bem-vindos para se candidatarem, isso pode desestimular as mulheres e resultar em menos candidaturas femininas. O estabelecimento de diretrizes que promovam o uso de linguagem neutra em termos de gênero em todos os anúncios de emprego pode ajudar muito a lidar com preconceitos conscientes e subconscientes de gênero nos grupos de candidatos. Além disso, a implementação de diretrizes desse tipo seria muito fácil e não custaria caro, já que as entidades públicas e privadas poderiam aproveitar os recursos gratuitos existentes para identificar e remover preconceitos de gênero dos anúncios de emprego.

Nivelar o campo de atuação no mercado de trabalho também significa usar uma linguagem que não transmita a ideia de que alguém é mais bem-vindo do que outro com base em fatores como gênero, raça ou religião. Embora a referência explícita a esses últimos tenha sido proibida ou evitada há muito tempo em vários países, formas mais sutis de discriminação, como as mencionadas no presente relatório, permanecem. Elas precisariam ser abordadas, pois não apenas permitiriam que as mulheres realizassem todo o seu potencial, mas também resultariam em melhores combinações no mercado de trabalho, maior inclusão social geral e melhor desempenho econômico. A elaboração da linguagem das ofertas de emprego de uma forma mais neutra em termos de gênero – com maior ênfase em declarações de igualdade de oportunidades, além das formulações habituais – pode ajudar a atrair talentos femininos. Isso deve ser feito para incentivar as mulheres a entrarem no mercado de trabalho e quando a progressão na carreira estiver em jogo. Como mostra nossa análise, as mulheres estão sub-representadas em cargos de gerência, mesmo em setores com altas taxas de emprego; e as ofertas de emprego para gerência são as que mais apresentam linguagem com viés masculino, em comparação a outros tipos de vagas.

Além de fazer com que as mulheres se sintam bem-vindas com base na forma como os cargos são descritos, também é importante promover ativamente os benefícios que vêm com essas funções para permitir que as mulheres lidem com as responsabilidades familiares sem ter de escolher entre a família e o trabalho. Mais uma vez, isso beneficiaria não apenas as próprias mulheres, mas também as famílias das quais elas cuidam. Também seria apropriado para as mulheres, dada a distribuição injusta de tarefas e do tempo dedicado ao cuidado familiar em comparação com os homens.

Benefícios adicionais relacionados ao cuidado com os filhos ou condições ligadas à licença parental, ao trabalho remoto e flexível e a requisitos de viagem podem ajudar a abrir as portas

para um *pool* de talentos femininos que, de outra forma, poderia permanecer inexplorado. Entre outras coisas, considerando-se os resultados educacionais das meninas observados nos últimos anos – em comparação com os dos meninos –, a não inclusão do talento feminino é uma estratégia autodestrutiva para as empresas e pode prejudicar a própria capacidade de crescer e competir. Assim, as evidências apresentadas neste relatório devem ser consideradas como um primeiro passo para esclarecer como as mentalidades e as normas sociais transmitidas pela linguagem podem restringir ou permitir a participação e o posicionamento no mercado de trabalho. Ampliar essa análise com dados de países que não falam inglês ajudaria a entender a generalidade desse problema e compreender a melhor forma de enfrentá-lo.

REFERÊNCIAS

- CAMMERAAT, E.; M. SQUICCIARINI. Burning glass technologies' data use in policy-relevant analysis: an occupation-level assessment. **OECD Science, Technology and Industry Working Papers**, n. 2021/05, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.1787/cd75c3e7-en>.
- CASTILLA, E. J.; RHO, H. J. The gendering of job postings in the online recruitment process. **Management Science**, v. 69, n. 11, p. 6912-6939, fev. 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.1287/mnsc.2023.4674>.
- COHEN, A. *et al.* **Gender-neutral language and gender disparities**. Cambridge, Massachusetts: NBER, jun. 2023. (Working Paper, n. 31400). Disponível em: <https://doi.org/10.3386/w31400>.
- DEL CARPIO, L.; FUJIWARA, T. **Do gender-neutral job ads promote diversity?** Experimental evidence from Latin America's tech sector. Cambridge, Massachusetts: NBER, jun. 2023. (Working Paper, n. 31314). Disponível em: <https://doi.org/10.3386/w31314>.
- ECKERT, P.; MCCONNELL-GINET, S. (Ed.). **Language and gender**. Cambridge, Reino Unido: Cambridge University Press, 2013.
- GAUCHER, D.; FRIESEN, J.; KAY, A. C. Evidence that gendered wording in job advertisements exists and sustains gender inequality. **Journal of Personality and Social Psychology**, v. 101, n. 1, p. 109-128, jul. 2011. Disponível em: <https://doi.org/10.1037/a0022530>.
- HU, Y. *et al.* **Gendered STEM workforce in the United Kingdom: the role of gender bias in job advertising**. Londres: UK Parliament, 2022. Disponível em: <https://core.ac.uk/reader/543139062>. Acesso em: 11 abr. 2023.
- JONES, K. The most desirable employee benefits. **Harvard Business Review**, 15 fev. 2017. Disponível em: <https://hbr.org/2017/02/the-most-desirable-employee-benefits>.
- PENG, C.; SHE, P.-W. Are women less likely to be managers in the UK labour market? **Economic Modelling**, n. 85, p. 317-324, fev. 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2019.10.021>.
- POE, E. A. **A narrativa de Artur Gordon Pym**. Tradução de Oscar Mendes. 1. ed. Rio de Janeiro: Nova Aguilar, 1997. p. 123-124.
- SQUICCIARINI, M. *et al.* **The weight of words: gendered language and women's participation and positioning in the labor market**. Paris: UNESCO, 2024. 40 p. (MOST Policy Papers, n. 3).

Missão do Ipea

Aprimorar as políticas públicas essenciais ao desenvolvimento brasileiro por meio da produção e disseminação de conhecimentos e da assessoria ao Estado nas suas decisões estratégicas.



ipea Instituto de Pesquisa
Econômica Aplicada

MINISTÉRIO DO
PLANEJAMENTO
E ORÇAMENTO

GOVERNO FEDERAL



UNIÃO E RECONSTRUÇÃO