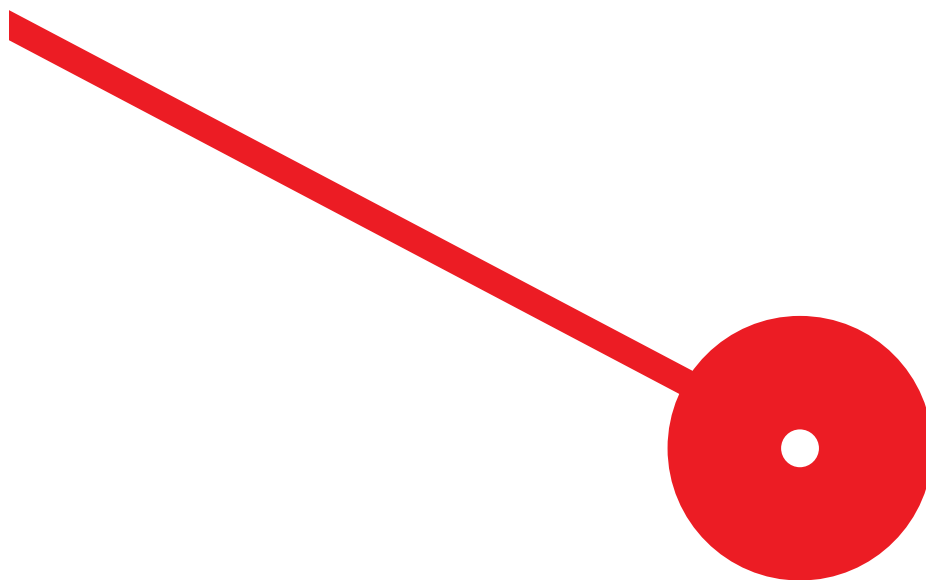




# Comunicação, o género e os Departamentos de Comunicação das Instituições de Ensino Superior Públicas do Grande Porto

Carla Filipa da Silva Sousa

2022/2023

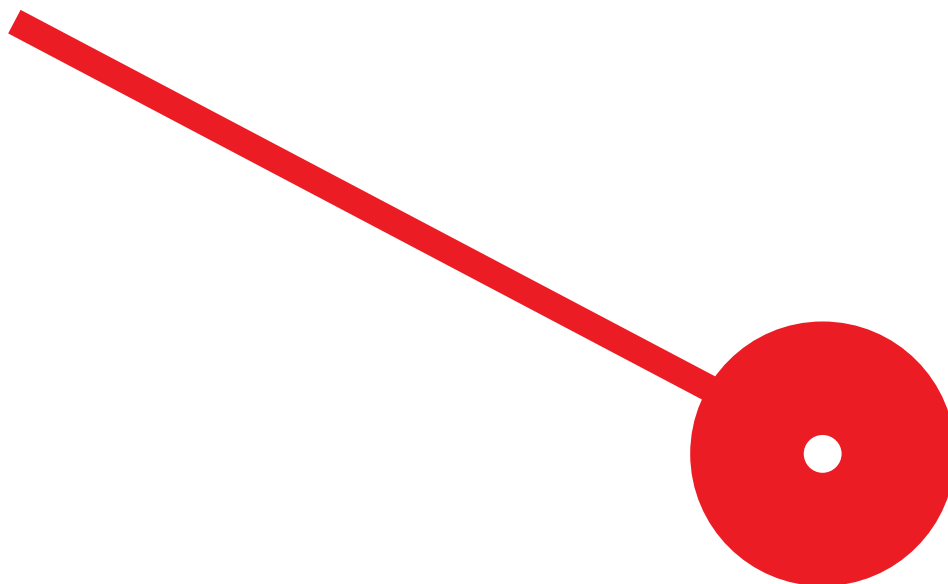




# Comunicação, o género e os Departamentos de Comunicação das Instituições de Ensino Superior Públicas do Grande Porto

Carla Filipa da Silva Sousa

**Dissertação de Mestrado apresentado ao Instituto Superior de  
Contabilidade e Administração do Porto para a obtenção do grau  
de Mestre em Assessoria em Comunicação Digital, sob orientação  
de Doutora Adriana Oliveira**





## **Agradecimentos**

Nesta etapa final do mestrado, não poderei deixar de agradecer a todos aqueles que me guiaram, ajudaram, apoiaram e motivaram durante o meu percurso académico.

Posto isto, gostaria, em primeiro lugar, de agradecer a minha orientada, Doutora Adriana Oliveira, pelo seu auxílio imprescindível para a concretização do presente trabalho.

Gostaria de agradecer aos meus pais e à minha irmã pelo apoio, esforço e paciência durante o meu percurso académico.

Queria agradecer ao meu namorado, Eduardo, pelo seu carinho, amor, paciência, pelas suas palavras de motivação e apoio incondicional que me fizeram reconhecer que sou capaz.

Encontro-me especialmente agradecida ao meu braço direito e colega de turma, Diana Fraga, a nossa amizade foi algo inesperado, mas sem ela não conseguia ter chegado até aqui. Estivemos sempre ao lado de uma da outra desde a licenciatura até ao mestrado e espero que continuemos a fazer parte da vida uma da outra nos seguintes capítulos das nossas vidas.

À minha amiga Sara, agradeço por tudo e por todos os momentos que vivenciamos nos poucos anos de amizade que temos. Acreditas que as coisas acontecem por um motivo e ter-te como amiga fez-me acreditar também.

**Resumo:**

Segundo a lei portuguesa, as empresas e as organizações devem implementar planos e objetivos para erradicar a discriminação de género e implementar medidas que contribuem para o equilíbrio entre a vida profissional e a vida pessoal dos trabalhadores. A comunicação é uma das áreas imprescindíveis para a promoção e reforço da igualdade de género na sociedade e nas organizações. Por este motivo, o principal objetivo deste trabalho é estudar a presença feminina nos departamentos de comunicação dos institutos de ensino superior públicos do Grande Porto. A fim de atingir este objetivo, foi usada uma abordagem de natureza quantitativa, com os dados a serem recolhidos através de um inquérito por questionário. Dos 21 departamentos de comunicação do Politécnico do Porto e da Universidade do Porto, responderam, no total, 15 pessoas. A análise das repostas ao questionário possibilitou compreender que os institutos de ensino superior públicos do Grande Porto necessitam divulgar os planos e os objetivos que visam a erradicação da discriminação de género para conhecimento dos seus trabalhadores ou criar, implementar e divulgar planos de ação e objetivos para eliminar a discriminação de género.

**Palavras chave:** Instituições de Ensino Superior Públicos; Departamentos de Comunicação; Comunicação; Digital; Igualdade de género; Mulheres.

**Abstract:**

According to Portuguese law, companies and organizations must implement plans and goals to eradicate gender discrimination, implement measures that contribute to the balance between the professional and personal lives of workers. Communication is one of the most efficient areas for promoting and strengthening gender equality in society and organisations. For this reason, the main objective of this paper is to study the female presence in the communication departments of public colleges and universities in Grande Porto. In order to achieve this goal, a quantitative methodology based on an online questionnaire was used, to which 15 people from the 21 communication departments of the Politécnico Porto and the Universidade do Porto responded. The analysis of the responses to the questionnaire made it possible to understand that the public universities and colleges of Grande Porto need to disclose the plans and goals aimed at eradicating gender discrimination for the knowledge of their workers or, create, implement and disseminate action plans and goals to eliminate gender discrimination.

**Key words:** Public Higher Educations; Communication Departments; Communication; Digital; Gender equality; Women.

## Índice geral

<b>Introdução .....</b>	<b>1</b>
<b>Revisão da Literatura.....</b>	<b>5</b>
1 Comunicação, digital e Ensino Superior .....	6
2 Mulheres e o mercado de trabalho.....	10
3 Igualdade género e o mercado de trabalho .....	14
3.1 Estereótipos sexuais .....	15
3.2 Articulação família trabalho.....	18
3.3 Teorias da Segregação Sexual.....	19
3.4 Organizações Genderizadas .....	21
4 Igualdade de género e disseminação .....	23
4.1 Enquadramento legal e normativo.....	23
4.2 Programas de Promoção para a Igualdade de Género nas Organizações.....	25
<b>Estudo Empírico .....</b>	<b>28</b>
5 Problema.....	29
5.1 Objetivos de Investigação .....	29
5.2 Metodologia de Investigação .....	30
5.3 Apresentação e Construção do Instrumento de Recolha de Dados: O Questionário .....	31
5.4 Amostra .....	38
6 Resultados.....	42
6.1 Papel do homem e da mulher na sociedade.....	43
6.2 Igualdade entre homens e mulheres nas Empresas .....	44
6.3 Perceção dos homens e das mulheres nos cargos e funções organizacionais	45
6.4 Equilíbrio entre a vida profissional e a vida familiar .....	46
6.5 Teorias de Segregação Sexual.....	47

7	Discussão dos Resultados .....	49
	<b>Conclusão .....</b>	<b>55</b>
	<b>Referências bibliográficas .....</b>	<b>61</b>
	<b>Apêndices.....</b>	<b>74</b>
	Apêndice I – Questionário .....	75

## Índice de Figuras

Figura 1 “Number of internet users worldwide from 2005 to 2022” (STATISTA, sem data)	
.....	6

## Índice de Tabelas

Tabela 1 - Matriz de Análise .....	38
Tabela 2 - U. Porto e P.Porto.....	39
Tabela 3 - Sexo .....	40
Tabela 4 - Faixa Etária.....	40
Tabela 5 - Estado Civil .....	40
Tabela 6 - Grau de Escolaridade.....	41
Tabela 7 - Completou os seus estudos nas áreas de comunicação?.....	41
Tabela 8 - Qual é a função que exerce?.....	42
Tabela 9 - Há quanto tempo trabalha na empresa?.....	42
Tabela 10 - Alguma vez foi promovido/a durante o período de tempo que está na empresa? .....	42
Tabela 11 - Parte 1: Papel do homem e da mulher na sociedade .....	43
Tabela 12 - Parte 2: Igualdade entre homens e mulheres nas empresas.....	44
Tabela 13 -Parte 3: Perceção dos homens e das mulheres nos cargos e funções organizacionais .....	45
Tabela 14 - Parte 4: Equilíbrio entre a vida profissional e a vida familiar.....	47
Tabela 15 - Parte 5: Teorias de Segregação Sexual.....	48



Existe uma crescente procura para dar resposta à sub-representação do sexo feminino nas organizações, com os estereótipos estabelecidos na sociedade a terem um impacto acentuado na sub-representação feminina. Wojtowicz (2021) define estereótipos como generalizações fundamentalmente falsas designadas a um ou vários grupos de indivíduos aos quais são atribuídos um conjunto de características idênticas sem considerar as diferenças reais entre estes. Estereótipos geralmente são baseados no sexo, étnica, nacionalidade, religião e orientação sexual dos indivíduos, com o mais frequente a ser alicerçado no sexo; por este motivo o seu impacto na sociedade não deve ser subestimado. De acordo com Longarela (2017), segregação sexual vertical refere-se ao facto de a maior parte do poder económico e político estar sobre o controlo do sexo masculino. No trabalho “Explaining vertical gender segregation: a research agenda” Longarela (2017), o autor procurou uma explicação para a existência da segregação sexual vertical e aponta quatro possíveis hipóteses: a perpetuação dos papéis tradicionais de gênero; discriminação; falta de conexões; ou a livre escolha da mulher.

Quando concentramos a atenção em território nacional, de acordo com a Comissão para a Cidadania e a Igualdade de Género (sem data) (CIG), a constituição portuguesa evidencia promover a igualdade de género: aceitar e valorizar as diferenças entre os sexos e prezar os papéis que estes executam na sociedade. A comunicação e a educação são as duas áreas que mais auxiliam na promoção e no reforço da igualdade de género, mas, também, são estas que tem mais poder para remodelar e questionar temáticas relacionadas com a igualdade dos sexos. A lei nº62/2017 que entrou em vigor no dia um de agosto de 2017 obriga a uma representação mínima do sexo feminino em cargos das empresas cotadas em bolsa, administrativos e de fiscalização das entidades do setor público empresarial (Diário da República Eletrónico, 2017). Asserções exemplificativas de que o governo português procura estabelecer um equilíbrio entre homens e mulheres.

Segundo esta linha de pensamento, a revisão de literatura deixa afirmar que a temática se desenha como pertinente e pode auxiliar a compreender a tendências para as questões do género no contexto das organizações, designadamente nos departamentos de comunicação dos institutos de ensino superior públicos do Grande Porto, foco da dissertação que se apresenta. Neste sentido, formulou-se a seguinte questão de investigação: Qual o papel das questões do género no contexto dos departamentos de comunicação das instituições de ensino superior públicas do Grande Porto? O objetivo principal da presente pesquisa consiste em estudar a presença feminina nos departamentos

de comunicação dos institutos de ensino superior públicos do Grande Porto. Os objetivos específicos são os seguintes: caracterizar os participantes com o intuito de recolher dados sobre a percentagem de homens e mulheres que trabalham nos departamentos, idade, o grau académico, tipo de curso, estado civil; identificar a perceção dos participantes sobre o papel dos homens e mulheres na sociedade; identificar a perceção dos participantes sobre a igualdade de género entre homens e mulheres; estudar a perceção dos participantes em relação aos cargos e funções organizacionais; estudar a perceção dos participantes sobre o equilíbrio entre a vida profissional e a vida familiar; recolher a perceção dos participantes em relação à Teorias de Segregação Sexual.

Para realizar o estudo, recorreu-se a uma abordagem de natureza quantitativa, com o inquérito por questionário a assumir-se como instrumento para a recolha dos dados, e a ser elaborado com base na revisão da literatura e o questionário da dissertação intitulado “Desigualdade de Género no Mercado de Trabalho: alcances e impactos da Lei das Quotas”, da autoria de Carolina Silva David (2021). Após criado e testado, o questionário recolheu dados sobre cinco dimensões: 1) Papel do homem e da mulher na sociedade; 2) Igualdade entre homens e mulheres nas Empresas; 3) Perceção dos homens e das mulheres nos cargos e funções organizacionais; 4) Equilíbrio entre a vida profissional e a vida familiar; 5) Teorias de Segregação Sexual. Cada dimensão colocava cinco afirmações, com as respostas a serem referidas de acordo com a escala de likert e os dados apresentados com recurso à análise de frequência e estatística, com foco na descritiva.

A presente investigação foi focada nos institutos de ensino público o Grande Porto, com a amostra a ser constituída pelos departamentos de comunicação da Universidade do Porto e do Politécnico do Porto. Ressalva-se que em momento algum o trabalho é registado com a intenção de tirar conclusões representativas, antes conclusões que contribuam para o desenvolvimento da temática em estudo.

A dissertação está estruturada em duas partes: parte I dedicada à revisão da literatura e a parte II ao estudo empírico.

Na parte I é feita a revisão da literatura, com foco nos seguintes temas: comunicação; comunicação digital e comunicação no ensino superior; as mulheres e o mercado de trabalho; igualdade de género e o mercado de trabalho; estereótipos sexuais; articulação família trabalho; teorias de segregação sexual, organizações genderizadas; igualdade de

género e disseminação; enquadramento legal e normativo; programas de promoção para a Igualdade de Género nas Organizações.

Na parte II, é apresentado o problema da investigação, a pergunta de investigação, o objetivo principal e os objetivos específicos. Ainda nesta secção, encontra-se também a explicação detalhada da metodologia aplicada, o instrumento utilizado para a recolha dos dados (o questionário), a amostra (os departamentos de comunicação dos institutos de ensino superior públicos do Grande Porto), os resultados e a discussão dos mesmos.

A dissertação termina com a conclusão do estudo, seguida das referências bibliográficas e o apêndice que contem o questionário aplicado a amostra.



## 1 Comunicação, digital e Ensino Superior

Os avanços tecnológicos provocaram alterações no paradigma comunicacional nas organizações (Pereira, 2022). Devido ao fácil acesso a computadores, ao aumento da utilização de smartphones e a modernização dos países a escala global, permitiu que a população mundial utilizasse a internet mais frequentemente (STATISTA, sem data). Em 2021, foi estipulado que em média os utilizadores passam 192 minutos por dia online, principalmente via smartphone. Em 2022, como podemos verificar na figura 1, o número estipulado de indivíduos que utilizam a internet é 5.3 bilhões, o que corresponde a 66% da população mundial (STATISTA, sem data).

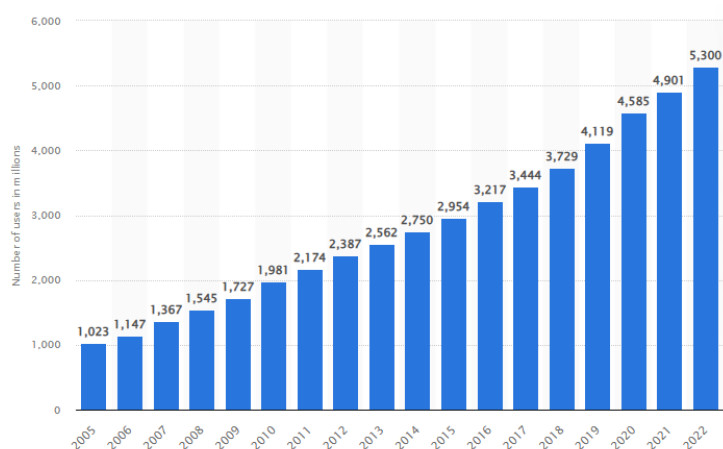


Figura 1 “Number of internet users worldwide from 2005 to 2022” (STATISTA, sem data)

A internet transformou-se numa ferramenta indispensável para ter acesso a informação, para comunicar e para entretenimento. As organizações foram impulsionadas a migrar para o meio digital que alterou a maneira como estas comunicam para o mercado e com os clientes. Segundo Corrêa (2008), podemos caracterizar comunicação digital como fenómenos, que ocorrem puramente no ambiente tecnológico recorrendo a técnicas e a ferramentas que permitem promover trocas, interações e relações sociais. Exemplos de comunicação digital: weblogs, fluxos de multimídia, intranets, portais de acesso e portais corporativos. De acordo com Pereira (2022), comunicação digital é “como um conjunto de estratégias realizadas na internet com o objetivo de difundir conteúdos sobre as empresas, convertendo potenciais consumidores em consumidores efetivos. “, cujo objetivo principal é “aproximar o cliente da empresa” (Pereira, 2022, p. 25)

Segundo Corrêa (2008), a comunicação por meios digitais, provocou uma rutura de dois condicionantes clássicos de todos os tipos de comunicação, o tempo e o espaço. A disseminação de informação por meios digitais possui uma elasticidade temporal e não se encontram submetidas as distâncias físicas. No parecer da autora Corrêa (2008), existem quatro indícios que são determinantes na comunicação digital “(...) a conexão à rede para absorção das mensagens, o uso do hipertexto na construção narrativa destas mensagens, agregado ao uso de pelo menos um dos recursos de imagem ou som, e a disponibilidade de recursos de interação com o espaço comunicativo.” (Corrêa, 2008, p. 9). No entanto, estes indícios podem apresentar variações dependendo do contexto o qual o objeto de investigação se encontra inserido.

Para que a comunicação seja eficaz, é necessário, em primeiro lugar, analisar a comunicação da organização, de forma a selecionar os meios digitais apropriados e planejar estrategicamente a comunicação. O foco principal das organizações deve ser o cliente e as estratégias de comunicação devem ser desenvolvidas de maneira que o cliente seja o foco e não a organização, para que os objetivos delineados na estratégia sejam atingidos. Maioria das organizações e marcas focam-se em conteúdos relativos a empresa e não às necessidades dos consumidores (Pereira, 2022).

A comunicação deve posicionar estrategicamente uma marca ou organização no mercado para induzir os consumidores a alinhar-se com os valores e objetivos da marca e realizar uma compra, mas ao mesmo tempo manter quem já é consumidor. A comunicação digital é bidirecionada entre os públicos e as empresas, os papéis de recetor e emissor são constantemente trocados no contexto digital. Uma das ferramentas mais comuns, atualmente, para comunicar com os clientes e o mercado são as redes sociais. Os consumidores procuram informações sobre produtos e serviços na internet, partilham ideais, sugestões, experiências e reclamações. O público tornou-se num elemento crucial para a comunicação das empresas, uma vez que tudo pode ser comentado e partilhado na internet (Pereira, 2022).

A comunicação digital traz vários benefícios para as organizações e para as marcas. Esta permite uma maior visibilidade, uma vez que, este tipo de comunicação amplia o público e permite alcançar o máximo número de consumidores possível; os consumidores, ao divulgarem as suas experiências com uma organização ou marca traz mais visibilidade e reconhecimento, o que permite a organização responder de forma mais positiva às expectativas dos consumidores e às suas necessidades; a organização divulga os seus

serviços e produtos, enquanto o cliente divulga as suas necessidades, criando assim uma relação mais direta e próxima com o seu público (Pereira, 2022).

A comunicação digital permite as organizações, através de estratégias, fidelizar os consumidores e estabelecer relações de proximidade com os mesmos. As organizações necessitam de ter a capacidade de se adaptarem as constantes alterações e evolução do mundo digital, uma vez, que, a internet é um dos principais meios de comunicação, nomeadamente, as redes sociais, onde a comunicação digital se encontra mais presente, uma vez que, permite a divulgação e promoção de qualquer organização, marca ou produto de forma rápida e sem fronteiras (Pereira, 2022).

Segundo a autora Pereira (2022), o planeamento da comunicação digital assenta em cinco pilares básicos: 1) estabelecer objetivos, determinar o que se pretende alcançar com a comunicação; 2) posicionamento da imagem, as ferramentas disponíveis online permitem ampliar a imagem da organização; 3) público-alvo, a internet proporciona a divisão de diversos públicos existentes; 4) conteúdo, deve ser desenvolvido tendo em consideração o público-alvo; 5) serviços online, determinar que serviços permitem chegar os conteúdos desenvolvidos ao público-alvo.

A comunicação digital permite estabelecer uma relação entre a organização e o consumidor de forma mais direta através da disseminação de conteúdos direcionados, adequados e específicos a cada público alvo. Para além disso, para que a organização atinja os seus objetivos, esta deve ser transparente, responsável, autêntica e sincera na comunicação para os média. As redes sociais permitem as organizações analisar o impacto das suas campanhas através de métricas disponíveis nestas ferramentas de forma imediata (Pereira, 2022).

A internet tornou-se numa presença constante nas organizações e as tecnologias digitais constituem ferramentas poderosas de comunicação que permitem criar relacionamentos com os públicos. Estas ferramentas são excelentes para divulgar produtos e serviços, divulgar a imagem e a identidade da organização, contruir laços de comunicação e integração entre as organizações e os públicos. Um exemplo de ferramentas digitais são as redes sociais que possibilitam a interação, partilha de informação, comentários e ideias.

Este pensamento acaba por ter um papel pertinente no contexto da identidade organizacional entendida como um conjunto de características nas perspetivas dos seus membros, tratando-se de um autorretrato. Ou seja, são um conjunto de características,

valores e crenças com as quais a organização se auto identifica, que, por sua vez, reflete a cultura e a prática da organização. A imagem da organização trata-se do resultado de um conjunto de comportamentos que definem a organização e que se produz na mente dos públicos. A identidade organizacional pode criar uma imagem positiva, clara e coesa da organização. A imagem organizacional é uma imagem holística e viva que um conjunto de indivíduos tem sobre a organização. Tanto como a identidade e a imagem organizacional são preocupações constantes nos institutos de ensino superior, uma vez que estes interferem diretamente no relacionamento da organização com os públicos, a relação com os alunos e futuros alunos, que é o objetivo das ações de comunicação destas instituições (Gonçalves, 2015). Este cenário, aliado ao aparecimento da sociedade do conhecimento, que valoriza o conhecimento, a informação e a tecnologia, fez surgir novas exigências, nomeadamente às instituições de ensino superior, de que são exemplo as universidades e os politécnicos, que necessitaram de reformular os seus métodos. Este novo paradigma fez as instituições repensarem na sua identidade social e a forma como comunicam para o ambiente externo. Recorde-se de que no final da década 90, a comunicação das instituições de ensino superior é caracterizada pela autora Ruão (2005) como “um modelo de comunicação dito institucional e assimétrico”, onde se recorria a “(...) meios e suportes de comunicação muito tradicionais (o uso de selos medievais e brasões de armas, por exemplo, era comum) e promoviam uma comunicação sobretudo unidireccional.” (Ruão, 2005, pág.1-2). Nesta época, quem se encontrava responsável pela gestão das instituições de ensino superior acreditava que o rigor e a qualidade do ensino seria suficiente para criar e manter uma boa imagem e a comunicação interna era quase inexistente, a comunicação com os alunos e futuros alunos era de cariz burocrático e informativo. No entanto, os tempos mudaram e com eles as exigências e os institutos de ensino superior tiveram de adotar novos modelos de gestão, principalmente na comunicação para dar mais visibilidade a sua identidade e imagem (Gonçalves, 2015). Assim, as instituições de ensino superior procuraram desenvolver novas estruturas internas, investir em atividades promocionais, estratégias de comunicação, de modo, a transmitir uma imagem positiva e diferenciada. Foram adotados novos mecanismos como o desenvolvimento de publicidade em meios de comunicação de massa e criação dos sites institucionais. No entanto, devido a diversidade do público das instituições, que abrange alunos, professores, funcionários, alumnis, imprensa, órgãos do governo e sociedade em geral, fez surgir a necessidade de identificar e analisar os públicos de modo a entender as suas necessidades informacionais e como comunicar para cada um deles. Cabe a um

profissional de relações-públicas gerir a publicidade em meios de comunicação em massa; a organização de eventos e a comunicação digital, que hoje são essenciais na promoção da imagem das instituições perante um público cada vez mais diversificado e exigente (Gonçalves, 2015). Para as instituições de ensino superior o processo comunicativo é essencial para o sucesso das instituições. As novas tecnologias de comunicação reduziram as distâncias, tornando o acesso a informação mais rápido e imediato, forçando as instituições de ensino superior a integrarem no meio digital. A internet assume um papel cada vez maior na vida dos indivíduos, não pode ser negligenciada pelas organizações. Cabe aos gabinetes de comunicação, a divulgação e promoção da imagem da organização que desejam transmitir ao público-alvo, recorrendo aos canais apropriados. São ainda, responsáveis pelo planeamento e desenvolvimentos da estratégia de comunicação com o objetivo de alcançar a opinião pública favorável para a própria entidade. Os gabinetes de comunicação constituem fontes ativas que cobrem as necessidades comunicativas tanto internas como externas e transmitem uma imagem positiva para o público, influenciando a sua opinião pública (Borges, 2016).

## **2 Mulheres e o mercado de trabalho**

As lutas das mulheres pela igualdade e pela liberdade teve início no Iluminismo, no século XVIII, mas os grandes movimentos emancipatórios na Europa tiveram lugar no século XIX, em consequência da grande revolução francesa cujo lema era “Liberdade, Igualdade e Fraternidade”. As ideologias revolucionárias desta época eram a nível cultural e económico dos homens na sociedade, no entanto, uma grande parte dos seus participantes eram mulheres que lutavam pela igualdade, o direito a educação e ao voto (Leite, sem data).

O movimento feminino que cativou mais a atenção dos média e da opinião pública foi o movimento das militantes do grupo denominado Women’s Social and Political Union- WSPU, mais conhecidas como suffragetes, alcunha atribuída de forma de gozo (Karawejczyk, 2013). Este grupo foi reconhecido como “(...) “o” representante do movimento sufragista no imaginário popular mundial.” (Karawejczyk, 2013, p. 23).

Na mesma época, nos Estados Unidos da América, algumas reivindicações femininas já estavam a ser aceites e legisladas pelo governo, como o acesso a educação de qualidade, acesso às profissões, diminuição das restrições dos direitos de propriedade e até o direito ao voto em alguns Estados. O primeiro país a conceber às mulheres o direito ao voto foi

a Nova Zelândia em 1893. Apesar de a Inglaterra ter sido um dos países com mais lutas e movimentos pró sufrágio, só foi concebido o direito ao voto às mulheres em 1918, após a Primeira Grande Guerra. As lutas femininas provocaram mudanças a nível social, cultural e económico. As lutas anteriores abriram caminho para as lutas atuais e futuras.

A emancipação da mulher foi uma das maiores polémicas que abanaram o mundo. Muitos jornais e revistas criaram imagens para degradar e enfraquecer o movimento com base em estereótipos, descrevendo as mulheres sufragistas como mulheres solteironas, velhas, rancorosas e sem amor (Karawejczyk, 2013).

Segundo o autor Viana (2010), emancipação significa libertação, no entanto este faz a distinção do que é “libertação de” e “libertação para”. Na perspetiva do autor, “libertação de”, diz respeito a estar livre de algo, ausência de limites e imposições externas. A “libertação para” consiste na possibilidade de o indivíduo agir de acordo com a sua vontade e determinação. Em suma: a “liberdade de” é uma condição para a “liberdade para”, no entanto, uma não pode existir sem a outra.

Apesar da concretização de vários objetivos feministas, que alteraram em vários aspetos o quotidiano das pessoas com a participação feminina na política, a presença da mulher no mercado de trabalho e o acesso a escolaridade em vários níveis ainda existem muitas barreiras para atingir a igualdade entre os sexos (Viana, 2010).

De acordo com Machado (2019), a participação feminina no mercado de trabalho parte da decisão das mulheres em fazer parte da população ativa. Segundo a Pordata (sem data-b), população ativa refere-se a um “conjunto de indivíduos com idade mínima de 15 anos que, no período de referência, constituíam a mão de obra disponível para a produção de bens e serviços que entram no circuito económico (empregados e desempregados).” O aumento da taxa de participação feminina no mercado de trabalho melhora o desenvolvimento socioeconómico de uma nação, ajuda a aumentar o crescimento económico, diminuir a pobreza, promove a igualdade do ser humano. Segundo Machado (2019), uma grande participação feminina no mercado de trabalho implica um progresso do ponto de situação económico e social das mulheres e o poder destas, promovendo assim um aumento do aproveitamento do potencial humano e consequentemente aumentar o crescimento económico e reduzir a pobreza.

Antes da emancipação feminina, as mulheres tinham poucas ou nenhuma escolha relativamente ao seu futuro, estavam destinadas a ser mães, esposas e donas de casa. Os

grandes marcos históricos, guerras, revoluções políticas e industriais, levaram as mulheres a participar ativamente no mercado de trabalho. As mulheres viram os seus dotes de donas de casa como uma oportunidade para ajudar a contribuir para o agregado familiar, prestavam serviços como amas e eram vendedoras no negócio de família (negócio do marido ou dos pais). A revolução industrial criou um lugar para as mulheres no mercado de trabalho onde as suas características físicas e capacidades femininas, como a tecelagem, eram valorizadas, mas mal pagas. Como resultado do aumento de fábricas nas cidades, impulsionada pela revolução industrial, as mulheres começaram a se deslocar para grandes centros urbanos a procura de trabalho. A emancipação feminina foi garantida quando as mulheres começaram a receber uma remuneração pelas atividades laborais desempenhadas (Cortesão, 2013).

Outro ato de emancipação feminina foi o direito ao voto. A primeira mulher portuguesa a votar na Assembleia Constituinte em Portugal e no quadro dos doze países europeus que vieram a constituir a União Europeia (UE) foi a médica Carolina Beatriz Ângelo em 28 de maio de 1911. Nessa altura, o voto encontrava-se reservado para os chefes de família com mais de 21 anos que soubessem ler e escrever, a Dr.<sup>a</sup> Carolina era viúva e tornou-se, nos olhos da lei, chefe de família após a morte do marido e conseguiu assim exercer o seu direito ao voto. No entanto, em 1913 o governo português alterou a lei permitindo apenas aos homens chefe de família votar, lei nº3, de 3 de julho de 1913 (Ferreira, 1999; Leite, sem data).

O período após o 25 de Abril de 1974 veria a ser de forte abertura para a emancipação feminina. As mulheres portuguesas começaram a trabalhar fora de casa e com o decorrer dos anos aperceberam-se que com um maior grau de escolaridade conseguiam um emprego melhor, e, conseqüentemente, fez com que o número de mulheres inscritas nas faculdades disparasse, na década de 80 havia mais mulheres inscritas nas faculdades portuguesas que homens inscritos (Machado, 2019). O governo provisório pós o 25 de Abril, presidido por Palma Carlos, apercebeu-se da necessidade de proteger a maternidade e todas as formas do trabalho feminino. Posto isto, na constituição de 1976 e no Decreto-Lei nº112/76, de 7 de fevereiro, a maternidade foi destacada como uma função social e as licenças de maternidade de 90 dias foram implementadas (Monteiro et al., 2010).

No período da instauração e consolidação da democracia portuguesa, que decorreu entre 1974 e 1979, a condição social das mulheres foi alterada, estas passaram a ter o direito ao

voto; os maridos deixaram de poder anular os seus contratos de trabalho e proibir a sua saída do país e de violar as suas correspondências; foi estabelecido um período de licença de maternidade de 90 dias; foi reconhecida constitucionalmente a igualdade dos géneros em todos os níveis e a figura chefe de família é dissolvida. Da percentagem da população empregada em Portugal em 1974, 39,7% eram mulheres (Pordata, sem data-c). Estas alterações provocaram um aumento das horas de trabalho; uma intensa atividade económica mal remunerada, da UE eram os salários mais baixos; falta de preparação para dar apoio às crianças, idosos, deficientes e doentes, comparando com a UE na altura que na altura a percentagem do Produto Interno Bruto (PIB) era 26% e Portugal tinha uma percentagem de 19,4%; apenas um terço da população residia em centros urbanos, resultando assim num fraco índice de urbanização; fraca modernização dos processos produtivos, cerca de 18% da população vivia na pobreza e tinha dificuldades em satisfazer as necessidades básicas como o acesso a cuidados de saúde, alimentação, habitação, entre outras, ou seja, foram registados elevados índices de exclusão do consumo (Ferreira, 1999).

Após o período de 1975 e 1976, marcado por uma grande instabilidade política nacional, internacional e institucional, as questões do trabalho e emprego das mulheres voltaram a surgir. A primeira reunião da Comissão da Condição Feminina (CCF) ocorreu em 1977 e teve como objetivo estabelecer um diploma legal para explicar os princípios constitucionais e a não discriminação no trabalho, sabendo já que a aprovação de tal diploma não seria fácil. Para a construção deste diploma foram recolhidos dados demográficos, do emprego, do desemprego, das renumerações e das diferenças salariais e foram compiladas as legislações e textos internacionais para servir de fundamentação da proposta que foi concluída em maio de 1977, que teve recolhimento de Henrique Basto, Ministro de Estado. Para além disto, a CCF foi capaz de incluir as questões da empregabilidade feminina na agenda da missão da Organização Internacional do Trabalho (OIT), com o objetivo de incluir a condição feminina nas políticas de planeamento de Portugal (Monteiro et al., 2010). A OIT foi criada em 1919 e é a única agência das Nações Unidas com uma estrutura tripartida, ou seja, este órgão é composto por trabalhadores, organizações de empregadores e representantes governamentais. Segundo a Direção Geral do Emprego e das relações de Trabalho (DGERT), esta agência tem como responsabilidade formular e aplicar normas internacionais de trabalho, tem como missão a justiça social e os direitos humanos e laborais reconhecidos a nível

internacional, promover o respeito pelos direitos no trabalho, a promoção do emprego produtivo e de qualidade, a extensão da proteção social e o fortalecimento do diálogo social (DGERT, sem data).

A reconstrução da sociedade portuguesa verifica, que, ao longo das últimas décadas deve-se, em grande parte, a entrada maciça das mulheres no mercado de trabalho e ao rápido crescimento do emprego nos setores dos serviços. A participação da população portuguesa feminina no mercado de trabalho, no ensino e na formação profissional, chega em alguns casos a se sobrepor a presença masculina (Ferreira, 2010). Em 2021, da totalidade da população portuguesa com o ensino superior completo 61,3% eram mulheres, enquanto os homens representam apenas 38,7% (Pordata, sem data-e). A autora Bento (2021), aponta que o crescente investimento dos governos na qualificação do sexo feminino e as transformações económicas, tecnológicas, organizacionais e laborais provoca uma tendência de jovens mulheres e mulheres a prolongar a sua formação, tanto no ensino secundário, como universitário. A taxa de participação feminina no mercado de trabalho português tem aumentando ao longo dos anos atingindo os 49,5% em 2021, 49,7% em 2020 e 49,4% em 2019 (Pordata, sem data-d).

Nas últimas décadas, o aumento da participação feminina tem alterado as tendências de emprego e as disparidades de género nas taxas de participação de trabalho (Machado, 2019). O emprego das mulheres constitui um fator essencial para a transformação do trabalho na sociedade, com a tendência de as mulheres investirem na educação e a crescente participação das mesmas no mercado de trabalho, não eliminando as desigualdades sociais associadas ao género (Blass, 2002).

### **3 Igualdade género e o mercado de trabalho**

Atualmente, a natureza da mulher nos locais de trabalho ainda é interrogada, as políticas e os ambientes de trabalho são considerados sistemas burocratizados e concebidos por e para homens e as mulheres, por sua vez, são posicionadas de forma contraditória nesses ambientes e consideradas um problema dentro de uma cultura masculina que lhes provoca estranheza. A presença do sexo feminino nas organizações e nas empresas é menor quando estas atuam num setor dominado pelo sexo masculino e/ou em posições de poder e liderança. O aumento da participação feminina no mercado de trabalho pode ser visto como um passo progressista para atingir a igualdade entre os sexos, mas, simultaneamente, pode resultar num aumento de diferenciação e segregação sexual. De

acordo com (Macedo & Santos, 2008), segregação sexual é um fenómeno provocado pela exclusão e dificuldade do sexo feminino de integrar-se no mercado de trabalho apenas pelo facto de serem mulheres e destas estarem maioritariamente integradas em posições menos “visíveis”. Isto é: “(...) exclusão da representação do trabalho feminino na cultura do emprego, (...) dominação ou subordinação das mulheres a áreas profissionais mais desprestigiadas e precárias, com menor visibilidade, cuja participação aparenta estar dependente de uma atribuição mitigada e solidária cidadania dos homens.” (Macedo & Santos, 2008, p. 5). A segregação com base no sexo é um dos maiores entraves para a população ativa feminina, que acentua os estereótipos de género, provoca a diminuição de escolhas profissionais em comparação com o sexo masculino, aumenta as diferenças salariais e impede a ascensão das mulheres a cargos superiores (Bento, 2021). No trabalho intitulado “Explaining vertical gender segregation: a research agenda”, o autor (Longarela, 2017) procurou uma explicação para a existência da segregação sexual vertical e aponta quatro possíveis hipóteses: a perpetuação dos papéis tradicionais de género, discriminação, falta de conexões ou a livre escolha da mulher. Estas hipóteses parecem ser de acordo com as conclusões do autor as justificações mais plausíveis para a existência da segregação sexual nos dias de hoje.

Apesar do aumento da participação das mulheres no mercado de trabalho, da diminuição das diferenças salariais entre os sexos e das mulheres exercerem as mesmas profissões que os homens não quer dizer que estamos perante um contexto de igualdade as mulheres enfrentam uma série de dificuldades que o homem não enfrenta na mesma magnitude (Bento, 2021; Madalozzo et al., 2010). Esta observação remete, de novo, para a segregação sexual vertical, as mulheres apesar de terem uma taxa de participação igual ou superior aos homens, estas executam cargos inferiores hierarquicamente, com salários mais reduzidos e evidenciam uma maior insegurança na diz respeito ao emprego (Bento, 2021).

### **3.1 Estereótipos sexuais**

Wojtowicz (2021), define estereótipos como generalizações fundamentalmente falsas designadas a um ou vários grupos de indivíduos aos quais são atribuídos um conjunto de características idênticas sem considerar as diferenças reais entre estes. Os atributos podem ser estabelecidos de acordo com caraterísticas individuais ou sociais. As caraterísticas individuais são de acordo com experiências pessoais e com características relacionadas

com a percepção da realidade, enquanto as características sociais estão relacionadas com padrões e atitudes socialmente aceites numa determinada comunidade. Estereótipos são geralmente baseados no sexo, étnica, nacionalidade, religião e orientação sexual dos indivíduos. Os estereótipos mais frequentes são baseados no sexo e por este motivo o seu impacto na sociedade não deve ser subestimado.

Os estereótipos baseados no sexo são ideias pré-concebidas sobre as habilidades, comportamentos, ambições e objetivos que provocam discriminação. No mercado de trabalho, os estereótipos sexuais moldam as posições e os estatutos nas organizações, determinadas funções e posições encontram-se associadas a um determinado sexo. No entanto, maioria das posições superiores, mais visíveis e prestigiadas encontram-se associadas ao sexo masculino, uma vez que maioria do poder económico e político depara-se sobre o controlo masculino (Loureiro & Cardoso, 2008).

A grande parte das culturas associa o sexo masculino à força física, dominação, independência, autossuficiência, orientados para a ação, agressividade e egoísmo. Por outro lado, a imagem estereotipada da mulher descreve o sexo feminino como, faladoras, delicadas, gentis, passiva, sensível, pouco resistente ao stress, empática, religiosas, submissas e emocionalmente instável (Duarte, 2008; Wojtowicz, 2021).

Wojtowicz (2021), refere que os traços ideais dos indivíduos para ocupar cargos de liderança são diligência, honestidade e ética, autodisciplina, boa comunicação, capacidade para tomar decisões de qualidade de forma rápida, motivar os colaboradores, autoconfiança, carisma, empatia, capacidade de construir relacionamentos livres de conflitos baseados em respeito e confiança, capacidade de definir objetivos de curto e de longo prazo, capacidade de recompensar, atitude em relação ao desenvolvimento do funcionário e percepção de recursos, objetividade, capacidade de admitir erros, aceitar os erros dos outros, lançar desafios, ser justo e ser resistente ao stress. Por outro lado, traços que não são considerados ideais num líder incluem passividade, dificuldade em tomar decisões, emotividade excessiva e falta de assertividade, ou seja, traços associados ao género feminino. Com esta observação, a autora Wojtowicz (2021), conclui que, a liderança eficaz e ideal encontra-se maioritariamente associada ao género masculino e, como consequência, as mulheres são consideradas incapazes de liderar e tomar posições de poder que possam influenciar o desempenho económico e político das organizações. Por outras palavras, o sexo masculino é considerado mais adequado, com base nos estereótipos de género, para ocupar posições de poder e chefia, o que leva a que os

processos de recrutamento, de seleção e promoção sejam mais a favor dos homens do que das mulheres (Loureiro & Cardoso, 2008). No entanto, de acordo com Duarte (2008), a literatura não se encontra alinhada com a realidade, este, no seu estudo, não encontrou diferenças significativas entre a liderança masculina e a liderança feminina, ambos são líderes igualmente eficazes, e a mulher não necessita de ter nenhuma vantagem sobre o homem para o ser.

Quando a perspetiva masculina é a única presente, a influência do género torna-se complicada de entender, existia uma altura em que as organizações eram apenas controladas pelo sexo masculino, e as características e os comportamentos masculinos eram entendidos como ideais para definir o ser humano. O mercado de trabalho encontra-se estruturado pelas perceções dos géneros e também as relações laborais, os processos de trabalho e os salários (Bento, 2021).

Os papéis e os atributos designados a cada género refletem-se nos cargos das organizações. Os preconceitos relacionados com as expectativas entre homens e mulheres afeta os estilos de vida, os objetivos individuais, a motivação e o desempenho dos indivíduos, uma vez que estes sentem pressão para se enquadrarem nas expectativas da sociedade. Neste sentido, as mulheres interiorizaram que a responsabilidade de lidar com as tarefas domésticas, cuidar dos filhos e dos maridos é apenas sua (Coelho, 2020). Das primeiras coisas a serem ensinadas mulheres na infância é que ser mãe e boas donas de casa proporcionará uma enorme felicidade e sensação de autorrealização, para além disto, também lhes é ensinado que é importante optarem por uma carreira profissional que as permita tratarem das lidas domésticas e dos filhos. Enquanto, aos homens durante a sua infância foram ensinados que a carreira profissional é a sua prioridade e a constituição de família ou de laços amorosos vem num segundo plano quando estes se encontrarem numa situação profissional/financeira estável (Lima et al., 2017).

Este tipo de normas sociais tradicionais dificulta que as mulheres consigam cimentar a sua presença no mercado de trabalho, principalmente quando estas procuram ter uma carreira profissional. No entanto, existem poucos estudos que explorem como a alteração dos papéis dos géneros está a afetar o sexo masculino, mas, da produção científica existente é possível, concluir que a participação dos homens nas tarefas domésticas aumentou, ocorrendo uma divisão das tarefas mais juntas e estes contribuem e na prestação de cuidados infantis, a principal razão pelo aumento dos homens a ajudar na

prestação de cuidados aos filhos deve-se à existência das licenças de paternidade (Coelho, 2020).

### **3.2 Articulação família trabalho**

O autor Gonçalves (2015), refere que, atualmente tanto as mulheres como os homens deparam-se com o desafio de conciliar os seus deveres profissionais e os seus deveres familiares devido às constantes alterações das exigências da sociedade perante o papel familiar e, também, das exigências do mercado de trabalho que tem aumentado. O aumento destas exigências pode provocar stress ocupacional nos indivíduos. O termo é utilizado quando as exigências do trabalho e as características do funcionário ultrapassam a capacidade do mesmo, gerando assim stress que afeta a sua saúde mental, física, os seus relacionamentos pessoais, desempenho profissional e pode provocar burn-out<sup>1</sup> (Loureiro & Cardoso, 2008; Peters et al., 2009).

No pensamento de Gonçalves (2015), stress ocupacional é definido como stress provocado pelas dificuldades de articulação família-trabalho, equilíbrio entre o trabalho e a vida familiar. O autor, com base no seu estudo, aponta que as gestoras portuguesas sofrem de stress ocupacional e aponta ainda que as características mais influenciadoras deste fenómeno são a carga horária e a dificuldade de conseguir apoio para articular a esfera profissional e pessoal. No entanto, existe um conjunto de práticas que podem ser aplicadas para facilitar o equilíbrio entre a esfera profissional e a esfera pessoal, como trabalhar a tempo parcial, ter um horário de trabalho flexível e recorrer a modalidade de teletrabalho (Peters et al., 2009). No entanto, não é só o trabalho que afeta a vida pessoal, problemas familiares e pessoais podem afetar seriamente o desempenho profissional dos indivíduos (Peters et al., 2009). Os autores Loureiro & Cardoso (2008) destacam que as mulheres têm mais responsabilidades no seio familiar do que os homens; ou seja: as mulheres ocupam-se mais tempo com tarefas domésticas e familiares do que os homens. A respeito disto, é permitido aos homens, de acordo com as normas sociais atuais, colocar de parte certas responsabilidades familiares para dar prioridade às suas carreiras e

---

<sup>1</sup> Caracterizado como um estado de exaustão, a nível físico, mental, emocional e comportamental, trata-se de um esgotamento físico e mental causado pela atividade profissional e pode ocorrer quando as atividades laborais são desajustadas as capacidades reais dos trabalhadores. Este distúrbio provoca perda de produtividade laboral e condiciona a vida pessoal. É composto por três etapas: esgotamento, despersonalização e redução da produtividade e os indivíduos que sofrem deste distúrbio vivem em constante stress. (Médís, 2019)

empregos. Contudo, é esperado que as mulheres coloquem as suas responsabilidades familiares em primeiro lugar, o que implica colocar a carreira em segundo plano.

Neste contexto, e de forma a reduzir o stress ocupacional, é necessário alterar as mentalidades e as condutas sociais sobre os papéis sociais e familiares para que as mulheres se consigam focar nas suas carreiras sem serem pressionadas pelas responsabilidades familiares. Para que tal seja possível, é necessário que alguém partilhe com elas os deveres familiares (Loureiro & Cardoso, 2008). Outra solução, que está a ser mais colocada em prática, para que as mulheres se consigam focar na construção de carreiras bem-sucedidas e evitar o stress ocupacional, é prescindir da família; isto é: adiar os projetos familiar e a maternidade (Coelho, 2020). Um dos fatores pelo qual os agregados familiares sejam cada vez mais reduzidos. Torna-se neste sentido, pertinente apontar que em 2021 foi registado um total de 1.981.941 de casais com filhos e famílias monoparentais e 765.208 casais sem filhos (Pordata, sem data-a). Os serviços de acompanhamento infantil, as escolas, cuidadores e a contratação de empregadas domésticas são alguns dos apoios essenciais que as famílias recorrem para que possam exercer as suas funções profissionais. Determinados recursos como a contratação de empregadas domésticas e de cuidados infantis são as soluções mais comuns quando os dois cônjuges não estão dispostos a partilhar as tarefas domésticas ou quando se trata de pais solteiros (Coelho, 2020).

As representações sobre as mulheres em grande parte das organizações são tradicionais. O sexo feminino é associado ao seu papel de esposas e mãe, reduzindo assim as oportunidades das mulheres de se envolverem em ações de desenvolvimento pessoal que favorecem as suas carreiras profissionais e reforça a segregação sexual no mercado de trabalho. Os homens têm uma maior probabilidade de serem contratados para cargos superiores com melhores remunerações, uma vez que as organizações associam a contratação de mulheres a custos acrescidos, devido ao absentismo provocado pela maternidade e outros compromissos familiares (Coelho, 2020).

### **3.3 Teorias da Segregação Sexual**

A primeira incidência do termo segregação sexual vertical surgiu nos anos 70, e foi usado pela primeira vez para descrever a maior proporção de homens em cargos superiores, (lugares de poder, liderança e de tomada de decisões) enquanto as mulheres encontram-se concentradas em posições hierarquicamente inferiores. O termo mais utilizado para

descrever este fenómeno é o Glass Ceiling, que ilustra a existência de obstáculos invisíveis que impedem a progressão profissional das mulheres. A Segregação Sexual Vertical está estreitamente ligada a fatores institucionais, culturais, estruturais e situacionais. Para atenuar este fenómeno torna-se necessária a adoção de planos e ferramentas que visam a igualdade de género dentro das organizações; a implementação de leis que impulsionam as empresas a progredir para a igualdade entre homens e mulheres prevendo sanções severas em caso de incumprimento e a alteração das normas sociais e culturais que colocam os sexos em posições diferentes (Paço & Casaca, 2021).

Na década 80, nos Estados Unidos da América, surgiu pela primeira vez o termo Glass Ceiling (teto de vidro), termo com recurso à metáfora utilizado para descrever uma barreira/ teto invisível que dificulta a ascensão das carreiras das mulheres para a tomada de posse de cargos de poder e autoridade. O Glass Ceiling ajuda a compreender que, em geral, a promoção e desenvolvimento das carreiras femininas é um processo mais demorado e difícil do que a dos homens (Coelho, 2020). Este termo é uma das metáforas mais utilizadas e populares para referir as dificuldades das mulheres em alcançar posições de liderança. De referir, também, que o termo faz-se acompanhar de algumas implicações incorretas da realidade da condição das mulheres, pois o termo pressupõe que não podem avançar para os níveis mais altos de liderança; antes são mantidas em um penúltimo nível, abaixo das posições de poder e à vista de todos do topo; assim a imagem de um teto sugere que as mulheres enfrentam poucos desafios antes de alcançarem esse penúltimo nível e que o caminho para um maior progresso está bloqueado para todas as mulheres; que a composição de vidro do teto cria a impressão de que os obstáculos das mulheres é invisível e indetetável até ao momento em que estas deparam-se com este obstáculo e lhes é negado a possibilidade de avançar nas suas carreiras e, por último, infere que o estatuto das mulheres se encontra inalterável ao longo do tempo, porque implica que as mulheres não conseguem “partir” o teto de vidro e tomar posse de cargos de chefia e de liderança e abrir “caminho” para as outras mulheres (Carli & Eagly, 2016).

Recentemente, surgiu outro termo que faz uso da metáfora para descrever as situações de risco ou precariedade que as mulheres poderão vir a ter de assumir se ascenderem a posições de liderança, Glass Cliff (precipício de vidro). De acordo com o termo Glass Cliff as mulheres são mais prováveis de ascender a posições de topo quando o desempenho da empresa se encontra em declínio, os riscos e as dificuldades que lhes são colocadas faz com que estas sofram críticas duras e injustas quando não conseguem

averter o declínio. Ou seja, as mulheres têm mais probabilidade de se encontrarem em situações de Glass Cliff, uma vez que, as posições atribuídas têm um risco elevado de falhar, de desistência e abandonar esses cargos, incentivando assim a ideologia que as mulheres são líderes menos eficazes (Carvalho, 2021; Duarte, 2008).

As medidas para incorporar na gestão dos recursos humanos nas organizações para atenuar estes fenómenos passam pelo desenvolvimento de programas de formação para mulheres e homens com o objetivo de dar reconhecimento às dificuldades e às barreiras do género feminina na organização e na sociedade. Outra medida é a formação de mentoring e de redes de contacto para dar apoio as mulheres na construção e conservar os relacionamentos profissionais dentro da organização, ou seja: auxílio na gestão das suas carreiras (Coelho, 2020).

### **3.4 Organizações Genderizadas**

Nos finais da década de 1970, a autora Rosabeth Moss Kanter procurou uma explicação para as experiências negativas resultantes da sub-representado nas organizações. A autora decidiu estudar as experiências das mulheres em ambientes que tradicionalmente são dominados por homens (Paço & Casaca, 2021; Salvador, 2022). Como resultado da sua investigação a autora identificou três fatores que são desvantajosos para as mulheres no contexto organizacional: as oportunidades não distribuídas de forma igualitária, as mulheres têm menos oportunidades de formação e progressão de carreira; a detenção dos recursos e os cargos de poder são atribuídos a homens; o número de mulheres é inferior aos homens nas organizações. Foi com base no último fator apresentado que surgiu o termo tokenismo (tokenism), este termo é utilizado quando em contexto organizacional um grupo encontra-se extremamente sub-representado. Desta forma, a autora descreve um modelo teórico para categorizar as proporções dos indivíduos nas empresas com base no género identificando quatro tipos de grupos:

- Grupos uniformes/ homogéneos - a proporção é 100:0;
- Grupos distorcidos - a proporção é de 85:15 existindo assim uma dominância sobre o género sub-representado. A maioria designa-se como dominante e a minoria são denominados por tokens.

- Grupos inclinados - a proporção é de 65:35, existe uma dominância sobre o outro gênero sub-representado, no entanto é menos acentuada que nos grupos distorcidos;
- Grupos equilibrados – a proporção é 50:50, a composição é equilibrada, não existe um grupo sub-representado.

Para além da criação de um modelo teórico para categorizar a proporção entre homens e mulheres nas organizações, a autora, também, identificou que os tokens encontram-se em desvantagem nas organizações e que podem experienciar três condições. A primeira condição é a visibilidade, os tokens como são indivíduos que são a minoria numa determinada organização estes atraem mais atenção por ser menos comum à sua presença, colocando assim mais pressão no desempenho desses indivíduos. A segunda condição é o contraste ou a polarização das diferenças entre tokens e o grupo dominante, existe uma tendência pela parte do grupo dominante de exagerar nas diferenças entre si e os tokens, provocando, conseqüentemente, um isolamento social. E, por último, temos a terceira condição a assimilação, os tokens tem a tendência em conformarem-se com os estereótipos do grupo ao qual pertencem que por sua vez são reforçados pelo grupo dominante (Salvador, 2022).

Mais tarde, na década de 1990, a comunidade científica entendeu que na realidade as organizações não são neutras no que toca ao género. As organizações são genderizadas. As ideais pré-concebidas dos géneros molda as oportunidades e as condições dos indivíduos. O género está embutido nas estruturas sociais e no mercado de trabalho. Durante muito tempo as organizações foram maioritariamente desenhadas, definidas e controladas pelo sexo masculino e as características atribuídas a este sexo ficaram enraizadas no conceito organizacional.

Para que a mudança organizacional promova a igualdade de género, as seguintes categorias devem estar incorporados nos procedimentos formais: padrões informais de interação social quotidiana; narrativas, retóricas, linguagens e outras expressões simbólicas; e estratégia, políticas e procedimentos formais. No entanto, as mudanças organizacionais para incorporar a igualdade entre mulheres e homens não têm tido uma boa taxa de sucesso, muitas organizações realizam alterações nas estruturas formais, comprometendo-se com os princípios da igualdade de género ao nível estratégico sem efetuar mudanças nos processos internos de gestão, nas expectativas, nos padrões informais de organização do trabalho e nas interações sociais. As organizações podem

declarar formalmente e de forma explícita a promoção da igualdade entre homens e mulheres através de documentos formais, como planos, relatórios e políticas organizacionais expressamente formuladas (Paço & Casaca, 2021).

## **4 Igualdade de género e disseminação**

As desigualdades entre os sexos no mercado de trabalho não é um tema recente. O debate da igualdade, entre os sexos na política internacional e nacional, torna-se cada vez mais pertinente devido a crescente participação das mulheres no mercado de trabalho e na educação. Com isto, os governos devem procurar, progressivamente, uma igualdade real (Cortesão, 2013). Posto isto, neste ponto exploram-se as leis e os programas cujo objetivo principal é a igualdade entre os sexos.

### **4.1 Enquadramento legal e normativo**

As leis e as políticas implementadas pelos órgãos governamentais incentivam as organizações a implementar práticas e comportamentos para a promoção da igualdade de género e para uma composição mais equilibrada dos órgãos de administração (Bento, 2021).

Neste sentido, a Resolução do Conselho de Ministros nº19/2012 de 8 de março compila uma serie de exemplos de ações tomadas com vista ao reforço da participação feminina na tomada das decisões económicas e a progressiva eliminação das diferenças salariais entre os homens e mulheres; o brigando todo o setor empresarial a estabelecer planos de igualdade, de forma a alcançar a paridade de tratamento e oportunidades entre homens e mulheres, eliminando a discriminação no local de trabalho, facilitando a articulação família trabalho. Colocar como objetivo, a presença de mulheres nas nomeações e designações para cargos de administração e fiscalização (DRE, 2012).

Por sua vez, a Resolução do Conselho de Ministros n.º 13/2013, de 8 de março, consiste na aprovação de um leque de medidas para garantir a promoção da igualdade de oportunidades dos sexos no mercado de trabalho. O documento estabelece que a promoção da igualdade de género é uma questão de justiça social e direito humano e que só através da igualdade é que os indivíduos têm verdadeiramente poder de escolha (DRE, 2013a)

A Lei n.º 67/2013, de 28 de agosto, obriga a uma representação mínima de 33% do sexo feminino em cargos das empresas cotadas em bolsa, administrativos e de fiscalização das entidades do setor público empresarial (DRE, 2013b).

O Decreto-Lei n.º 133/2013, de 3 de outubro, artigo 31, refere a estrutura de administração e de fiscalização. Neste contexto, evidencia-se o ponto 6 que, por sua vez, menciona que os órgãos de administração e de fiscalização das empresas devem ter como objetivo a presença do sexo feminino na sua composição. Dentro do mesmo decreto, o artigo 50, ponto 2, indica que as políticas dos recursos humanos devem promover a igualdade através da implementação de planos com o objetivo de permitir a ambos os sexos os mesmos direitos e oportunidade, erradicar a discriminação e facilitar a articulação família trabalho (DRE, 2013c).

A Resolução do Conselho de Ministros n.º 18/2014, de 7 de março, tem como objetivo intensificar medidas específicas para reduzir a desigualdade salarial das mulheres impondo as empresas para publicarem, num sítio na Internet estabelecido pelo governo, os dados das remunerações pagas aos trabalhadores; as empresas e organizações devem estabelecer medidas e implementação de um plano de promoção de igualdade dos géneros vinculada nos termos da Resolução do Conselho de Ministros n.º 19/2012, de 8 de março (DRE, 2014a).

O Decreto-Lei n.º 157/2014, de 24 de outubro, artigo 30, Disposições Gerais, nº6, faz referência a necessidade interna, nos órgãos de administração e fiscalização, de promover a diversidade de qualificações e competências para a função exercida, fixar objetivos para a representação de mulheres e homens e criar uma política com o objetivo de aumentar o número de colaboradores do sexo sub-representado (DRE, 2014b).

O Decreto-Lei n.º 159/2014, de 27 de outubro, artigo 17, Análise e Seleção das Candidaturas, com o ponto número 3 a estabelecer o regulamento geral dos fundos comunitários a que o país vai recorrer no âmbito do Portugal 2020, determinando que uma maior representação de mulheres nos órgãos de gestão e administração a uma maior igualdade salarial entre mulheres e homens que exerçam funções iguais ou similares na entidade candidata deverá ser tida em conta para efeitos de desempate entre as candidaturas aos fundos da política de coesão (DRE, 2014c).

A Resolução do Conselho de Ministros n.º 11-A/2015, de 6 de março, tem como objetivos principais promover um maior equilíbrio na representação dos sexos no órgão de decisão

das empresas e instaurar métodos de promoção da igualdade salarial. Esta resolução compila uma série de resoluções e decretos-leis estabelecidas para atingir os objetivos acima descritos e também demonstra alguns dados estatísticos sobre a representatividade dos sexos e a desigualdade nas empresas como pretexto para uma representação mínima de 30% até 2018. E, ainda, solicitar a assistência a Secretária de Estado dos Assuntos Parlamentares e da Igualdade, a Secretária de Estado do Tesouro, o Secretário de Estado do Desenvolvimento Regional, o Secretário de Estado Adjunto e da Economia e o Secretário de Estado do Emprego, para o desenvolvimento de um mecanismo de apoio as empresas para analisar as diferenças salariais entre os sexos, sem acrescentar custos as organizações (DRE, 2015).

A Lei n.º 62/2017, de 1 de agosto, obriga a representação mínima de 20% de cada sexo nos órgãos de administração e de fiscalização das entidades do setor público empresarial e das empresas cotadas em bolsa, a partir da primeira assembleia geral eletiva após o dia 1 de janeiro de 2018, e no dia 1 de janeiro de 2020 passou a ser 33.3% (Diário da República Eletrónico, 2017). No mesmo sentido, a Lei n.º 26/2019, de 28 de março, estabelece uma representação mínima de 40% de cada sexo nos órgãos e cargos da administração pública (DRE, 2019).

#### **4.2 Programas de Promoção para a Igualdade de Género nas Organizações**

Nas últimas décadas, é possível verificar que empresas e organizações procuram promover a mudança nos processos de negócio incorporando a perspetiva de género para dar resposta ao novo mercado de trabalho competitivo e desafiador. Para incorporar uma perspetiva de género nas organizações torna-se necessário implementar métodos e ferramentas para serem adaptados aos processos, aos sistemas e às rotinas específicas da organização para que os resultados se aproximem o mais possível ao princípio da igualdade de género. Assim, no futuro, a problemática da igualdade de género no seio das organizações não se transforme numa responsabilidade acrescida, mas em algo completamente integrado nas rotinas diárias, ou seja, os métodos e as ferramentas adotados estão incorporados diretamente nas atividades desenvolvidas pela organização (Bento, 2021). As vantagens da introdução da perspetiva de género que promova a igualdade entre homens e mulheres são: produtividade e competitividade elevada; produtos e serviços inovadores e criativos; desenvolvimento de competências; ambiente de trabalho positivo; diminuição do absentismo; desenvolvimento de uma imagem

positiva; influência sobre os parceiros; reforço da confiança e credibilidade por parte do mercado e da comunidade e aumento do reconhecimento.

O Prémio Igualdade é Qualidade (PIQ), é uma iniciativa em conjunto com a Comissão para a Cidadania e a Igualdade de Género (CIG) e a Comissão para a Igualdade no Trabalho e no Emprego (CITE), com o propósito de combater a discriminação e promover a paridade entre os sexos no trabalho, na formação profissional e na conciliação entre a esfera profissional e a esfera pessoal (Portal Autárquico, sem data). Este prémio é atribuído a empresas e organizações que vão para além do cumprimento legal da promoção da igualdade de géneros e não discriminação ao implementarem políticas e práticas exemplares internas para a igualdade de géneros, a qualidade no trabalho, na formação e na prevenção e combate a violência doméstica e de género (CITE, sem data-c; Portal Autárquico, sem data). Os objetivos da atribuição deste prémio é combater a segregação profissional entre os sexos no trabalho; eliminar as desigualdades salariais entre os sexos; reduzir as diferenças dos sexos na integração no mercado de trabalho; melhorar a qualidade das condições de trabalho; sensibilizar para importância de implementar boas práticas, a nível da contratação coletiva; aumentar a participação equilibrada de homens e mulheres em áreas que estes se encontrem sub-representados; valorizar as competências adquiridas em ambiente profissional, familiar e social; incorporar nas políticas e na cultura organizacional que a conciliação entre a vida profissional, social e pessoal é um direito e dever; sensibilizar as empresas e organizações para a incorporação dos princípios da igualdade de género e não discriminação e da parentalidade; prevenir a violência doméstica e de género. Para além destes objetivos, o prémio PIQ tensiona distinguir e promover as empresas e as organizações que germinam boas ações na promoção da igualdade entre mulheres e homens. Divulgar e distinguir casos e medidas exemplares que tenham sido desenvolvidos pelas empresas e organização no âmbito da igualdade entre mulheres e homens, violência e discriminação de género e violência doméstica. Criando assim, exigência junto ao público consumidor na preferência de bens e serviços de empresas e organizações que praticam boas políticas internas (CITE, sem data-c). As entidades premiadas na 12º edição de 2016/2017 (edição mais recente), categoria setor público foram o: Centro Hospitalar de Setúbal, E.P.E. e SIMAS Oeiras e Amadora, E.M. – Serviços Intermunicipalizados de Água e Saneamento dos Municípios de Oeiras e Amadora; categoria setor privado: REN – Redes Energéticas Nacionais, SGPS, S.A. e RENAULT Cacia, S.A.; categoria setor economia social:

Associação DIANOVA Portugal – Intervenção em Toxicodependências e Desenvolvimento Social (CITE, sem data-b).

O projeto Diálogo Social e Igualdade nas Empresas, decorreu entre 2005 e 2009 e tinha como área de intervenção a eliminação da discriminação no local de trabalho em conjunto com a iniciativa comunitária EQUAL (entidade financiadora) e a Comissão para a Igualdade no Trabalho e Emprego (entidade interlocutora). Este projeto tinha como objetivos: apoiar as empresas na promoção da igualdade de género e da não discriminação, através de instrumentos e soluções para dar resposta a problemas específicos existentes neste contexto; aumentar os mecanismos existentes para aumentar o encorajamento, o reconhecimento, acompanhamento e divulgação de práticas promotoras da igualdade entre os sexos no ambiente de trabalho; incorporar e fornecer perspectiva à dimensão da igualdade entre mulheres e homens no quadro da responsabilidade social das empresas. Como resultado deste projeto foram criados seis produtos, sendo, deste, quatro nacionais e dois internacionais, que dão apoio às empresas que sentem dificuldades no reconhecimento e identificação de situações de discriminação dos géneros. Estes instrumentos auxiliam as empresas a delinear um plano de ação para a igualdade de género, e podem ser utilizados por dirigentes e quadros superiores de empresas e organizações, responsáveis de recursos humanos, consultores e auditores de empresas e formadores na área da igualdade de género. Os produtos resultantes deste projeto são: Guia de Autoavaliação da Igualdade de Género nas Empresas; Referencial de Formação em Igualdade de Género para Consultores/as e Auditores/as; Solucionário- Um Instrumento para a Promoção de Boas Práticas nas Empresas; Agindo para a Igualdade – Padrões de Qualidade para a Formação em Igualdade de Género e Diversidade na UE; Princípios para a Implementação bem-sucedida de Medidas de Igualdade de Género; Acting Pro(e)quality. Quality Standards for Gender Equality and Diversity Training in the EU; Principles for the Successful Implementation of Equality Measures (Gender Mainstreaming and Diversity Management) into Enterprises/Organisations; Self-Assessment Guide on Gender Equality in Companies; Solution Manual. A Tool for the Promotion of Good Gender Equality Practices in Companies (CITE, sem data-a).



## **5 Problema**

A revisão da literatura evidenciou a necessidade de estudar a presença feminina no mercado de trabalho. Nas últimas décadas a presença feminina no mercado de trabalho têm aumentado devido ao forte investimento dos governos na qualificação feminina. A presença feminina em determinados casos, em Portugal, chega a sobrepôr a presença masculina (Ferreira, 2010). Em 2021, da população portuguesa com ensino superior 61,3% eram mulheres e 38,7% homens (Pordata, sem data-e). No entanto, a crescente participação das mulheres no mercado de trabalho não eliminou as desigualdades sociais de género (Blass, 2002). Existem vários obstáculos colocados às mulheres durante o seu percurso profissional, desde: estereótipos sexuais (Bento, 2021; Coelho, 2020; Duarte, 2008; Lima et al., 2017; Loureiro & Cardoso, 2008; Wojtowicz, 2021) ; dificuldades na articulação família trabalho (Coelho, 2020; Gonçalves, 2011; Loureiro & Cardoso, 2008; Peters et al., 2009; Pordata, sem data); teorias de segregação sexual, que representam as dificuldades das mulheres na hierarquia dentro das organizações (Carli & Eagly, 2016; Carvalho, 2021; Coelho, 2020; Duarte, 2008; Paço & Casaca, 2021) e facto de as organizações não serem neutras no que toca ao género, organizações genderizadas (Paço & Casaca, 2021; Salvador, 2022). A comunicação e a educação são as duas áreas que mais influenciam a igualdade de género (Comissão para a Cidadania e a Igualdade de Género, sem data). Cabe aos gabinetes de comunicação do ensino superior dar mais visibilidade à imagem e à identidade dos institutos. Isto quer dizer que são responsáveis por transmitir uma imagem positiva influenciando assim a opinião pública (Borgues, 2016).

Neste sentido surge o seguinte problema: Qual o papel das questões do género no contexto dos departamentos de comunicação das instituições de ensino superior públicas do Grande Porto?

### **5.1 Objetivos de Investigação**

Para responder à questão de investigação, o presente trabalho formulou um conjunto de objetivos. Assim, o objetivo geral é estudar a presença feminina nos departamentos de comunicação dos institutos de ensino superior públicos do Grande Porto. Para concretizar este objetivo foram estabelecidos os seguintes objetivos específicos:

- Caracterizar os participantes com o intuito de recolher dados sobre a percentagem de homens e mulheres que trabalham nos departamentos, idade, o grau académico, tipo de curso, estado civil;
- identificar a perceção dos participantes sobre o papel dos homens e mulheres na sociedade;
- identificar a perceção dos participantes sobre a igualdade de género entre homens e mulheres;
- estudar a perceção dos participantes em relação aos cargos e funções organizacionais;
- estudar a perceção dos participantes sobre o equilíbrio entre a vida profissional e a vida familiar;
- recolher a perceção dos participantes em relação à Teorias de Segregação Sexual.

Apresentados os objetivos, centremos de seguida na apresentação do caminho metodológico seguido pelo estudo que esta dissertação se propõe fazer.

## **5.2 Metodologia de Investigação**

O objetivo principal da ciência é determinar a verdade dos factos. O método científico é um conjunto de procedimentos intelectuais e técnicos empregados para a aquisição de conhecimento. O método pode ser definido como um percurso a seguir para alcançar um propósito específico. O que torna o conhecimento científico diferente de outros tipos de conhecimentos é que a sua característica fundamental é a verificabilidade. De forma que o conhecimento seja considerado científico, é necessário identificar as operações mentais e técnicas que possibilitam sua verificação. Isto é, identificar os métodos que possibilitam a aquisição desse conhecimento (Gil, 2008).

O caminho para adquirir conhecimento científico começa pelo ato de investigar. Segundo Gil (2008) a investigação é um “processo formal e sistemático de desenvolvimento do método científico” e o seu objetivo principal é “descobrir respostas para problemas mediante o emprego de procedimentos científicos”; ou seja: só é possível obter novos conhecimentos se os investigadores alinharem a sua investigação com os métodos científicos existentes. De acordo com (Albarello et al., 1997), a metodologia deve ser desenhada de acordo com os resultados esperados pelo investigador e deve estar alinhada com os objetivos de investigação e com o tipo de análise que se pretende realizar sobre os dados a ser recolhidos.

Posto isto, o presente trabalho trata-se de um estudo descritivo de natureza quantitativa contribuindo para o desenvolvimento da ciência e o aumento conhecimento do Homem, em geral, e acredita-se da temática do estudo que se propõe, em particular. O conhecimento científico é adquirido por procedimentos metodológicos que permitem a pesquisa, interpretação e a compreensão dos factos e fenómenos que possam ser observados, experimentados, definidos, controlados, manipulados, recompostos e compreendidos (Proetti, 2018). Segundo Proetti (2018) a investigação quantitativa é o método científico mais apropriado para “(...) medir opiniões, atitudes, preferências por marcas de produtos, estimar potencial ou volume de um negócio e, também, para medir o valor e a importância de segmentos de mercado (marketing).” A investigação quantitativa tem como objetivo expor, quantitativamente, a relevância dos dados recolhidos, após a sua verificação; ou seja: trata-se de um método para medir de forma precisa e viável os dados recolhidos durante a investigação, recorrendo a análise estatística.

### **5.3 Apresentação e Construção do Instrumento de Recolha de Dados: O Questionário**

O questionário é composto por perguntas submetidas a um conjunto de pessoas com o objetivo de obter informações, conhecimentos, crenças, valores, interesses, expectativas, aspirações, comportamentos, entre outros. A construção de um questionário consiste em transformar os objetivos gerais e específicos de uma investigação em perguntas a serem submetidas a uma amostra. As respostas a essas perguntas fornecerão os dados necessários para caracterizar a população do estudo ou testar hipóteses construídas durante o planeamento da investigação. Portanto, a construção de um questionário implica com conjunto de procedimentos, designadamente: verificar sua eficácia para validar os objetivos estabelecidos; determinar a forma e o conteúdo das questões; ter em consideração o número e a sequência das questões; construção de alternativas; apresentação do questionário e pré-teste do questionário (Gil, 2008).

A utilização do questionário como instrumentos de recolha de dados de uma investigação constitui um conjunto de vantagens, mas também um conjunto de limitações. Algumas das vantagens passam pela possibilidade de atingir um grande número de pessoas independentemente da área geográfica, uma vez que o questionário pode ser enviado e partilhado de diversas formas; garante o anonimato dos respondentes; permite aos

indivíduos responderem ao questionário no momento que lhes for mais conveniente e não influencia as opiniões e as respostas dos respondentes. Por outro lado, apresenta algumas limitações como: exclusão de pessoas que não saibam escrever e ler; impede que o investigador esclareça alguma dúvida que possa surgir durante o preenchimento do questionário; impede que o conhecimento das circunstâncias em que o questionário foi preenchido, o que pode ser importante para analisar a qualidade das respostas; limita o número de perguntas que devem ser colocadas no questionário, uma vez que, um questionário muito extenso é mais provável que não seja respondido; as respostas podem produzir resultados críticos em relação à objetividade, pois os certos itens podem ter significados diferentes para respondente (Gil, 2008).

No entanto, entende-se que as vantagens são mais fortes do que as limitações e, por isso, como instrumento de recolha de dados para a presente investigação foi selecionado o inquérito por questionário, uma vez que algumas questões abordam tópicos sensíveis, sendo de extrema importância garantir o anonimato absoluto dos inquiridos.

O questionário foi construído com base na revisão da literatura e algumas questões foram adaptadas do inquérito por questionário da dissertação de mestrado da autora Carolina Silva David, intitulado “Desigualdade de Género no Mercado de Trabalho: alcances e impactos da Lei das Quotas”, publicado em 2020. Para obter as respostas necessárias para concluir a presente investigação foi necessário enviar um e-mail com o questionário e solicitar a participação dos remetentes.

O questionário começa com uma pequena apresentação sobre o tema do estudo e os objetivos do mesmo de forma a contextualizar os inquiridos sobre o estudo para obter respostas com o máximo de sinceridade; expressa-se a garantia do anonimato das respostas e que as mesmas serão apenas utilizadas para a presente dissertação de mestrado, e termina perguntando aos indivíduos se aceitam ou não participar no questionário. Antes mesmo de entrar nas perguntas que compõem a matriz de análise, perguntava-se aos participantes se trabalham no departamento de comunicação; tratava-se de uma pergunta de exclusão, porque era apenas de interesse obter respostas dos colaboradores que trabalhassem no departamento de comunicação; caso a resposta fosse negativa, a participação terminava. O questionário prossegue com 5 partes, onde todas as questões são de resposta obrigatória e fechada, exceto a seção ‘Comentário’, no final do questionário ver tabela 1: ‘Parte 1 – Papel do Homem e da Mulher na Sociedade’ - é constituída por questões sobre os estereótipos sexuais; ‘Parte 2 – Igualdade entre homens

e mulheres nas Empresas’- as questões são relacionadas com o enquadramento legal e normativo; ‘Parte 3 – Perceção dos homens e das mulheres nos cargos e funções organizacionais’ - é constituída por questões relativas a temática das organizações genderizadas; ‘Parte 4 – Equilíbrio entre a vida profissional e a vida familiar’ - são questões sobre a articulação família trabalho; ‘Parte 5 – Teorias de Segregação Sexual’ – aborda questões relativas às teorias de segregação sexual. De referir que foi utilizada a escala de Likert, sendo o número 1 – Discordo Totalmente e o 5- Concordo Totalmente, a escala foi adicionada a opção NS/NR – Não Sei/Não Respondo. Posto isto, apresenta-se de seguida a matriz de análise - ver na tabela 1 -, com as questões do questionário a serem associadas às temáticas da revisão da literatura, evidenciando as dimensões, os autores e as afirmações desses autores.

<b>Questões</b>	<b>Dimensão</b>	<b>Afirmação</b>	<b>Autor</b>
1.1. As mulheres não assumem posições de chefia, porque preferem dedicar-se à família.	Estereótipos Sexuais	“(…) quando as mulheres optam pela carreira profissional colocam, geralmente, a vida pessoal em segundo plano.”	(Coelho, 2020, p. 20)
1.2. A carreira profissional para os homens é mais importante do que para as mulheres.	Estereótipos Sexuais	“Aos homens é permitido que o trabalho interfira na vida familiar, ao ponto de colocar a carreira à frente das obrigações para com os filhos e a esposa.”	(Loureiro & Cardoso, 2008, p. 6)
1.3. As empresas contratam mais homens do que mulheres, porque faltam menos.	Estereótipos Sexuais	“(…) no caso das mulheres, as entidades patronais esperam que estas representem custos acrescidos devido à crença que as associa a taxas mais elevadas de absentismo e de rotatividade, bem como aos compromissos familiares.”	(Coelho, 2020, p. 21)
1.4. As mulheres tendem a ser persuadidas a integrarem profissões	Estereótipos Sexuais	“(…) as representações sobre as mulheres que dominam em muitas	(Coelho, 2020, p. 20)

consideradas femininas.		organizações são ainda tradicionais.”	
1.5. É melhor ter homens na chefia do que uma mulher.	Estereótipos Sexuais	“(…) effective leadership is identified with masculinity, and men are indisputably predisposed to perform managerial Roles. As a consequence, women are considered incapable of performing managerial roles, and their leadership style is associated with lower Effectiveness.”	(Wojtowicz, 2021, p. 4)
2.1. Devem existir Leis que delimitem as Quotas de Género.  2.2. A Igualdade de Género nos conselhos de administração e fiscalização aumenta o desempenho da empresa	Enquadramento Legal e Normativo	“O provimento do presidente do conselho de administração deve garantir a alternância de género e o provimento dos vogais deve assegurar a representação mínima de 33 % de cada género.”	Lei nº67/2013, de 28 de Agosto – (DRE, 2013b)
2.3. Existe promoção de Igualdade de Género no meu departamento.  2.4. Existem planos de ação para erradicar a discriminação de género.	Enquadramento Legal e Normativo	“Determinar a obrigatoriedade de adoção, em todas as entidades do sector empresarial do Estado, dos planos para a igualdade previstos na Resolução do Conselho de Ministros n.º 70/2008, de 22 de abril, tendentes a alcançar uma efetiva igualdade de tratamento e de oportunidades entre homens e mulheres, a eliminar as discriminações e a facilitar a conciliação	Resolução do Conselho de Ministros nº19/2012 de 8 de março - (DRE, 2012)

		da vida pessoal, familiar e profissional (...)”	
2.5. São criados objetivos para uma representação equilibrada entre gênero e são criadas políticas para aumentar o número de colaboradores do sexo sub-representado.	Enquadramento Legal e Normativo	“A política interna de seleção e avaliação dos membros dos órgãos de administração e fiscalização deve promover a diversidade de qualificações e competências necessárias para o exercício da função, fixando objetivos para a representação de homens e mulheres e concebendo uma política destinada a aumentar o número de pessoas do género sub-representado com vista a atingir os referidos objetivos.”	Decreto- lei, nº 157/2014, de 24 de Outubro, artigo 30 Disposições Gerais nº6 - (DRE, 2014b)
3.1. As funções são atribuídas de acordo com as capacidades dos colaboradores sejam homens ou mulheres.  3.2. Na minha organização ser homem ou mulher não interfere na atribuição de funções.  3.3. As ideias pré-concebidas sobre homens e mulheres definem a atribuição dos cargos na minha empresa.  3.4. Determinadas funções são desenhadas para determinado género.	Organizações Genderizadas	“Na década de 1990, surgiu um dos mais importantes contributos para o debate científico: o entendimento de que as organizações são genderizadas. O género está incrustado nas estruturas sociais e nas organizações de trabalho, moldando as oportunidades, condições e trajetórias de vida dos indivíduos.”	(Paço & Casaca, 2021)

<p>3.5. Os cargos superiores são definidos para o sexo masculino.</p>	<p>Organizações Genderizadas</p>	<p>“Ao longo dos tempos, as organizações foram maioritariamente conceptualizadas, desenhadas e controladas por homens, pelo que as características tradicionalmente associadas aos mesmos tendem a ser as mais valorizadas (...).”</p>	<p>(Paço &amp; Casaca, 2021)</p>
<p>4.1. O equilíbrio entre a vida profissional e familiar é assegurado.</p>	<p>Articulação Família Trabalho</p>	<p>“Na verdade, na maioria das sociedades ocidentais, homens e mulheres enfrentam o desafio de combinar, satisfatoriamente, a família e o trabalho, mas ambos têm dificuldade em conciliar estes domínios”</p>	<p>(M. H. da S. Gonçalves, 2011, p. 18)</p>
<p>4.2. Os horários de trabalho são flexíveis, de forma a conciliar a vida profissional e familiar.</p>	<p>Articulação Família Trabalho</p>	<p>“(…) three well-established flexible work arrangements in the Netherlands that potentially allow employees to better harmonise work and family life, for instance, part-time work; flexible working hours or flexitime; and telehomework.”</p>	<p>(Peters et al., 2009, p. 5)</p>
<p>4.3. Quando necessário é permitido teletrabalho, para conciliar a vida profissional e pessoal.</p> <p>4.4. O departamento onde trabalho define dias de teletrabalho por mês.</p>	<p>Articulação Família Trabalho</p>	<p>“(…) three well-established flexible work arrangements in the Netherlands that potentially allow employees to better harmonise work and family life, for instance, part-time work; flexible working hours or</p>	<p>(Peters et al., 2009, p. 5)</p>

		flexitime; and telehomework.”	
4.5. É complicado conciliar a minha vida profissional e familiar.	Articulação Família Trabalho	Harmonizar a família e o trabalho, tem sido, nos últimos anos, muito difícil, (...). Desta forma, essa dificuldade em harmonizar esses papéis sociais constitui um fator de stress que afeta a saúde e bem-estar dos indivíduos.	(M. H. da S. Gonçalves, 2011, p. 18)
5.1. Existe um maior número de homens nos cargos superiores.  5.2. As mulheres encontram-se em posições hierarquicamente inferiores.	Teorias da Segregação Sexual	“(…) padrão de maior proporção de homens nos lugares de poder e de tomada de decisão nas organizações e de maior concentração de mulheres nos cargos e funções situados na base das hierarquias organizacionais (...).	(Paço & Casaca, 2021)
5.3. As mulheres deparam-se com mais obstáculos que as impedem de atingir cargos de poder e autoridade.	Teorias da Segregação Sexual	“A metáfora “teto de vidro” tem sido particularmente utilizada para descrever este fenómeno, procurando ilustrar a existência de obstáculos organizacionais invisíveis, não questionados e profundamente impregnados na cultura das organizações, que impedem a progressão profissional das mulheres e a sua nomeação ou promoção para as posições cimeiras na	(Paço & Casaca, 2021)

		hierarquia das mesmas.”	
5.4. Existem obstáculos invisíveis que impede a ascensão das mulheres a cargos superiores.	Teorias da Segregação Sexual	“O teto de vidro simboliza o carácter invisível dos obstáculos que impedem o avanço das mulheres para posições de poder e autoridade.”	(Coelho, 2020, p. 23)
5.5. A promoção e o desenvolvimento das carreiras são mais lentos para as mulheres que para os homens.	Teorias da Segregação Sexual	“(…) a promoção e desenvolvimento da carreira das mulheres, constitui um processo mais demorado do que os dos homens (…)	(Coelho, 2020, p. 23)

Tabela 1 - Matriz de Análise

O questionário fecha com o ‘Enquadramento Sociodemográfico’, que recolhe dados sobre género, idade, estado civil, nível mais alto de estudos completo, a posição hierárquica do inquirido, tempo de trabalho na empresa e questões de promoção. O questionário encontra-se no “Apêndice 1 - Questionário”.

## 5.4 Amostra

A presente investigação foi focada nos institutos de ensino público do Grande Porto, com os participantes da investigação a serem os colaboradores dos departamentos de comunicação da Universidade do Porto e do Politécnico do Porto – ver tabla 2.

<b>Universidade do Porto</b>	<b>Instituto Politécnico do Porto</b>
Faculdade de Arquitetura	Instituto Superior de Engenharia do Porto
Faculdade de Ciências	Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto
Faculdade de Desporto	Escola Superior de Educação
Faculdade de Economia	Escola Superior de Música e Artes do Espetáculo
Faculdade de Farmácia	Escola Superior de Tecnologia e Gestão
Faculdade de Medicina Dentária	Escola Superior de Saúde
Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação	Escola Superior de Hotelaria e Turismo

Faculdade de Belas Artes	Escola Superior de Media Artes e Design
Faculdade de Nutrição e da Alimentação	
Faculdade de Direito	
Faculdade de Engenharia	
Faculdade de Letras	
Faculdade de Medicina	
Instituto de Ciências Biomédicas Abel Salazar (ICBAS)	

*Tabela 2 - U. Porto e P.Porto*

O Politécnico do Porto é constituído por três campus. O campus 1 é composto pelo Instituto Superior de Engenharia, Instituto Superior de Contabilidade e Administração, Escola Superior de Educação, Escola Superior de Saúde e a Escola Superior de Música e Artes do Espetáculo, este campus divide-se entre a Asprela, no extremo norte do concelho, e a Baixa do Porto. O campus 2 é constituído pela Escola Superior de Media Artes e Design e a Escola Superior de Hotelaria e Turismo, e localiza-se na linha fronteiriça da Póvoa de Varzim e Vila do Conde. O campus 3, localiza-se no Tâmega e Sousa, e é formado pela Escola Superior de Tecnologia e Gestão.

A Universidade do Porto tem três campus. Do campus 1 fazem parte a Faculdade de Belas Artes; Faculdade de Direito; Faculdade de Farmácia; Instituto de Ciências Biomédicas Abel Salazar e localiza-se no centro do Porto. Do Campus 2 a Faculdade de Desporto; Faculdade de Economia (e Gestão); Faculdade de Engenharia; Faculdade de Medicina; Faculdade de Medicina Dentária; Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação e Asprela. O campus 3 é constituído pela Faculdade de Ciências da Nutrição e da Alimentação; Faculdade de Letras (Humanidades e Ciências Sociais); Faculdade de Arquitetura; Faculdade de Ciências e localiza-se no Campo Alegre.

No total foram enviados vinte e dois e-mails a solicitar a participação dos departamentos. Após o envio do questionário por email, foram recebidas algumas respostas dos departamentos com informações essenciais para a investigação, a comunicação da ESMAD (Escola Superior de Media Artes e Design) e da ESHT (Escola Superior de Hotelaria e Turismo) é feita pelo mesmo departamento e a FAUP (Faculdade de Direito da Universidade de Direito) informou que não podia contribuir para a investigação.

Dos departamentos de comunicação dos institutos do ensino superior públicos do Porto que participaram no questionário, 13 eram do sexo feminino e 2 do sexo masculino (Tabela 3 – Sexo). Nos departamentos de comunicação existem duas faixas etárias que predominam, como se pode observar na “Tabela 4”.

<b>Sexo</b>	<b>Número de Respostas</b>	<b>Percentagem</b>
Feminino	13	86,7%
Masculino	2	13,3%
Outro	0	0%
Não Respondo	0	0%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

*Tabela 3 - Sexo*

A análise dos dados referentes à idade, permitem dizer que maioria dos participantes que responderam ao questionário situa-se entre a faixa etária dos 26 aos 35 anos (33,3%) e dos 41 aos 45 (33,3%), seguindo com destaque a faixa etária dos 46 aos 50, com 20%. Não há nenhum colaborador com mais de 50 anos – ver tabela 4.

<b>Faixa Etária</b>	<b>Número de Respostas</b>	<b>Percentagem</b>
< 25 anos	1	6,7%
26 – 35 anos	5	33,3%
36 – 40 anos	1	6,7%
41 – 45 anos	5	33,3%
46 – 50 anos	3	20%
51 – 55 anos	0	0%
56 – 60 anos	0	0%
>60 anos	0	0%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

*Tabela 4 - Faixa Etária*

De acordo com a análise dos dados, a maioria dos colaboradores dos departamentos de comunicação do ensino superior público do grande Porto é solteira (46,7%), seguindo-se o estado civil casado (33,3%), e união de facto (20%). Ninguém assumiu ser divorciado ou viúvo – ver tabela 5.

<b>Estado Civil</b>	<b>Número de Respostas</b>	<b>Percentagem</b>
Casado	5	33,3%
União de facto	3	20%
Divorciado/a	0	0%
Viúvo/a	0	0%
Solteiro/a	7	46,7%
Não Respondo	0	0%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

*Tabela 5 - Estado Civil*

Relativamente ao grau de escolaridade dos inquiridos (Tabela 6), os dados mostram que todos os participantes têm grau académico; com a maioria tem o mestrado (60%) e os restantes a licenciatura (40%).

<b>Grau de Escolaridade</b>	<b>Número de Respostas</b>	<b>Percentagem</b>
1º Ciclo	0	0
2º Ciclo	0	0
3º Ciclo	0	0
Ensino Secundário	0	0
Licenciatura	6	40%
Mestrado	9	60%
Doutoramento	0	0
Não Respondo	0	0
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

*Tabela 6 - Grau de Escolaridade*

No que diz respeito aos estudos na área da comunicação, a análise dos dados permite mostrar com forte evidência de que maioria dos colaboradores dos departamentos de comunicação (80%) completou os estudos na área da comunicação; os restantes concluíram os seus estudos noutras áreas (13,3%) e um colaborador respondeu ‘Não sei/Não Respondo’ – tabela 7.

<b>Estudos na área de comunicação</b>	<b>Número de Respostas</b>	<b>Percentagem</b>
Sim	12	80%
Não	2	13,3%
Não sei/ Não Respondo	1	6,7%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

*Tabela 7 - Completou os seus estudos nas áreas de comunicação?*

Como mostra a Tabela 8, no que concerne à pergunta - Qual é a função que exerce?, a função «membros da equipa (colaborador)» é a mais exercida pelos participantes no estudo (73,3%), seguindo-se a função de chefe de departamento (13,3%). É ainda interessante perceber que há quem não saiba a função que desempenha (6,7%) ou tenha escolhido a opção outro (6,7%).

<b>Função Exercida</b>	<b>Número de Respostas</b>	<b>Percentagem</b>
Chefe de Departamento	2	13,3%
Gerente	0	0
Membro da Equipa (Colaborador)	11	73,3%
Estagiário	0	0
Outro	1	6,7%

Não sei/ Não Respondo	1	6,7%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

*Tabela 8 - Qual é a função que exerce?*

Relativamente à questão há quanto de tempo trabalha no departamento de comunicação do ensino superior, 33,3% dos inquiridos exerce funções no departamento de comunicação há menos de 5 anos ou trabalha entre 5 e 10 anos; 26,7% há mais de 15 anos e 6,7% entre 11 e 15 anos – ver tabela 9.

<b>Quanto tempo trabalha na empresa?</b>	<b>Número de Respostas</b>	<b>Percentagem</b>
Menos de 5 anos	5	33,3%
5 – 10	5	33,3%
11 – 15	1	6,7%
Mais de 15 anos	4	26,7%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

*Tabela 9 - Há quanto tempo trabalha na empresa?*

Quando o assunto é promoção na carreira, os dados mostram de forma clara de que a maioria nunca foi promovida (66,7%). Apenas 26,7% foi alvo de promoção no contexto dos departamentos de comunicação que responderam ao questionário, com 6,7% a preferir não evidenciar uma resposta clara assinalando a opção não responder ou não sabe – ver tabela 10.

<b>Alguma vez foi promovido/a durante o período de tempo que está na empresa?</b>	<b>Número de Respostas</b>	<b>Percentagem</b>
Sim	4	26,7%
Não	10	66,7%
Não sei /Não Respondo	1	6,7%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

*Tabela 10 - Alguma vez foi promovido/a durante o período de tempo que está na empresa?*

O conjunto de resultados que se seguem pertencem a ‘Parte 1 – Papel do homem e da mulher na sociedade’ do questionário colocado aos departamentos de comunicação do ensino superior público do Grande Porto.

## **6 Resultados**

Neste ponto são apresentadas as respostas dos participantes referentes às cinco dimensões presentes no questionário, e são elas: 1) Papel do homem e da mulher na sociedade; 2) Igualdade entre homens e mulheres nas Empresas; 3) Perceção dos homens e das mulheres nos cargos e funções organizacionais; 4) Equilíbrio entre a vida profissional e a vida familiar; 5) Teorias de Segregação Sexual. Os dados são

apresentados com recurso à análise de frequência e estatística, com foco na descritiva, estes foram recolhidos do Google Forms. Os resultados são acompanhados, sempre que se justificar de um auxiliar de um elemento visual, com intuito de ilustrar os resultados.

## 6.1 Papel do homem e da mulher na sociedade

A primeira parte do questionário procurou recolher respostas sobre o Papel do homem e da mulher na sociedade, sendo composta por cinco afirmações: 1) As mulheres não assumem posições de chefia porque preferem dedicar-se á família; 2) A carreira profissional para os homens é mais importante do que para as mulheres; 3) As empresas contratam mais homens do que mulheres, porque faltam menos; 4) As mulheres tendem a ser persuadidas a integrarem profissões consideradas femininas; 5) É melhor ter homens na chefia do que mulheres – ver tabela 11.

<b>Afirmações</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>NS/NR</b>
1.1. As mulheres não assumem posições de chefia porque preferem dedicar-se à família.	7	6	1	1	0	0
1.2. A carreira profissional para os homens é mais importante do que para as mulheres.	7	4	3	1	0	0
1.3. As empresas contratam mais homens do que mulheres, porque faltam menos.	6	0	6	1	1	1
1.4. As mulheres tendem a ser persuadidas a integrarem profissões consideradas femininas.	5	1	6	1	2	0
1.5. É melhor ter homens na chefia do que mulheres.	10	3	1	0	1	0

*Tabela 11 - Parte 1: Papel do homem e da mulher na sociedade*

Em resposta a afirmação ‘1.1. As mulheres não assumem posições de chefia porque preferem dedicar-se á família.’, 7 discordam totalmente; 6 discordam; 1 nem concorda nem discorda e 1 concorda. No seguimento da afirmação ‘1.2. A carreira profissional para os homens é mais importante do que para as mulheres.’, 7 discordam totalmente; 4 discordam; 3 nem concordam nem discordam; 1 concorda. Relativamente a afirmação ‘1.3. As empresas contratam mais homens do que mulheres, porque faltam menos.’, 6 discordam totalmente; 6 nem concordam nem discordam; 1 concorda; 1 concorda totalmente; 1 não sabe ou não quis responder. Perante a afirmação ‘1.4. As mulheres tendem a ser persuadidas a integrarem profissões consideradas femininas.’, 5 discordam totalmente; 1 discorda; 6 nem concordam nem discordam; 1 concorda; 2 concordam totalmente. Relativamente a afirmação ‘1.5. É melhor ter homens na chefia do que mulheres.’, 10 discordam totalmente, 3 discordam, 1 nem concorda nem discorda, 1 concorda totalmente – ver tabela 11.

Em suma, os colaboradores dos departamentos de comunicação das instituições de ensino superior público do grande Porto, discordam com os atributos que são atribuídos a cada género com base nos estereótipos.

## 6.2 Igualdade entre homens e mulheres nas Empresas

Cinco afirmações compunham a parte 2 do questionário tinha como foco recolher dados sobre a Igualdade entre homens e mulheres nas Empresas, e são elas: 1) Devem existir Leis que delimitem as Quotas de Género; 2) A igualdade de Género nos conselhos de administração e fiscalização aumenta o desempenho da empresa; 3) Existe promoção de Igualdade de Género no meu departamento; 4) Existem planos de ação para erradicar a discriminação de género; 5) São criados objetivos para uma representação equilibrada entre género e são criadas políticas para aumentar o número de colaboradores do sexo sub-representado. - ver tabela 12.

<b>Afirmações</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>NS/NR</b>
2.1. Devem existir Leis que delimitem as Quotas de Género	3	3	4	3	1	1
2.2. A igualdade de Género nos conselhos de administração e fiscalização aumenta o desempenho da empresa	1	0	5	5	3	1
2.3. Existe promoção de Igualdade de Género no meu departamento.	2	0	2	6	4	1
2.4. Existem planos de ação para erradicar a discriminação de género.	2	2	3	5	2	1
2.5. São criados objetivos para uma representação equilibrada entre género e são criadas políticas para aumentar o número de colaboradores do sexo sub-representado.	3	0	5	5	1	1

*Tabela 12 - Parte 2: Igualdade entre homens e mulheres nas empresas*

Em relação a afirmação ‘2.1. Devem existir Leis que delimitem as Quotas de Género’, 3 discordam totalmente, 3 discordam, 4 nem concordam nem discordam, 3 concordam, 1 concorda totalmente e 1 não sabe ou não quis responder. No que se refere a afirmação ‘2.2. A igualdade de Género nos conselhos de administração e fiscalização aumenta o desempenho da empresa’, 1 discorda totalmente, 5 nem concordam nem discordam, 5 concordam, 3 concordam totalmente e 1 não sabe ou não quis responder. No que diz respeito a afirmação ‘2.3. Existe promoção de Igualdade de Género no meu departamento.’, 2 discordam totalmente, 2 nem concordam nem discordam, 6 concordam, 4 concordam totalmente e 1 não sabe ou não quis responder. Quanto a afirmação ‘2.4.

Existem planos de ação para erradicar a discriminação de género.’, 2 discordam totalmente, 2 discordam, 3 nem concordam nem discordam, 5 concordam, 2 concordam totalmente e 1 não sabe ou não quis responder. No que respeita a afirmação ‘2.5. São criados objetivos para uma representação equilibrada entre género e são criadas políticas para aumentar o número de colaboradores do sexo sub-representado.’, 3 discordam totalmente, 5 nem concordam nem discordam, 5 concordam, 1 concorda totalmente e 1 não sabe ou não quis responder – ver tabela 12.

Relativamente a esta secção do questionário, é possível concluir que os colaboradores têm conhecimento da existência de planos de ação para a promoção da igualdade de género, com o objetivo de erradicar a discriminação de género. Por outro lado, uma parte considerável de colaboradores, não tem conhecimento da existência deste tipo de documentos.

### **6.3 Perceção dos homens e das mulheres nos cargos e funções organizacionais**

Para recolher dados sobre a Perceção dos homens e das mulheres nos cargos e funções organizacionais, ‘Parte 3 do questionário, pediu-se respostas para as seguintes afirmações: 1) as funções são atribuídas de acordo com as capacidades dos colaboradores, sejam homens ou mulheres; 2) Na minha organização ser homem ou mulher não interfere na atribuição de funções; 3) As ideias pré-concebidas sobre homens e mulheres definem a atribuição dos cargos na minha empresa; 4) Determinadas funções são desenhadas para determinado sexo; 5) Os cargos superiores são definidos para o sexo masculino.’- ver tabela 13.

<b>Afirmações</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>NS/NR</b>
3.1. As funções são atribuídas de acordo com as capacidades dos colaboradores, sejam homens ou mulheres.	2	1	2	2	8	0
3.2. Na minha organização ser homem ou mulher não interfere na atribuição de funções.	1	2	2	4	4	2
3.3. As ideias pré-concebidas sobre homens e mulheres definem a atribuição dos cargos na minha empresa.	4	3	4	1	1	2
3.4. Determinadas funções são desenhadas para determinado sexo.	2	6	5	1	1	0
3.5. Os cargos superiores são definidos para o sexo masculino.	8	3	1	0	2	1

*Tabela 13 -Parte 3: Perceção dos homens e das mulheres nos cargos e funções organizacionais*

No que concerne a afirmação ‘3.1. As funções são atribuídas de acordo com as capacidades dos colaboradores, sejam homens ou mulheres.’, 2 discordam totalmente, 1 discorda, 2 nem concordam nem discordam, 2 concordam e 8 concordam totalmente. No que toca a afirmação ‘3.2. Na minha organização ser homem ou mulher não interfere na atribuição de funções.’, 1 discorda totalmente, 2 discordam, 2 nem concordam nem discordam, 4 concordam, 4 concordam totalmente, 2 não sabem ou não quiseram responder. No que tange a afirmação ‘3.3. As ideias pré-concebidas sobre homens e mulheres definem a atribuição dos cargos na minha empresa’, 4 discordam totalmente, 3 discordam, 4 nem concordam nem discordam, 1 concorda, 1 concorda totalmente e 2 não sabem ou não quiseram responder. Em resposta a afirmação ‘3.4. Determinadas funções são desenhadas para determinado sexo.’ 2 discordam totalmente, 6 discordam, 5 nem concordam nem discordam, 1 concorda e 1 concorda totalmente. No seguimento da afirmação ‘3.5. Os cargos superiores são definidos para o sexo masculino.’, 8 discordam totalmente, 3 discordam, 1 nem concorda nem discorda, 2 concordam totalmente e 1 não sabe ou não quis responder – ver tabela 13.

Com base nos resultados obtidos, é seguro afirmar que maioria dos inquiridos afirmam que as funções não são atribuídas com base no género, apenas a capacidade dos indivíduos é considerada para a atribuição de funções e as funções não são desenhadas especificamente para um determinado género. Por outro lado, maioria afirma que os cargos superiores são desenhados para o sexo masculino.

#### **6.4 Equilíbrio entre a vida profissional e a vida familiar**

No que concerne à ‘Parte 4 – Equilíbrio entre a vida profissional e a vida familiar’, procurou-se que os participantes se colocassem face às seguintes afirmações: 1) O equilíbrio entre a vida profissional e familiar é assegurado; 2) Os horários de trabalho são flexíveis, de forma a conciliar a vida profissional e familiar; 3) Quando necessário é permitido teletrabalho, para conciliar a vida profissional e familiar; 4) O departamento onde trabalho define dias de teletrabalho por mês; 5) É complicado conciliar a minha vida profissional e familiar – ver tabela 14

<b>Afirmações</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>NS/NR</b>
4.1. O equilíbrio entre a vida profissional e familiar é assegurado.	1	5	3	5	1	0
4.2. Os horários de trabalho são flexíveis, de forma a conciliar a vida profissional e familiar.	2	6	2	3	2	0

4.3. Quando necessário é permitido teletrabalho, para conciliar a vida profissional e familiar.	4	1	3	5	1	1
4.4. O departamento onde trabalho define dias de teletrabalho por mês.	10	1	2	1	0	1
4.5. É complicado conciliar a minha vida profissional e familiar.	1	5	3	3	2	1

*Tabela 14 - Parte 4: Equilíbrio entre a vida profissional e a vida familiar*

Relativamente a afirmação ‘4.1. O equilíbrio entre a vida profissional e familiar é assegurado.’, 1 discordou totalmente, 5 discordam, 3 nem concordam nem discordam, 5 concordam, 1 concorda totalmente. Perante a afirmação ‘4.2. Os horários de trabalho são flexíveis, de forma a conciliar a vida profissional e familiar.’ 2 discordam totalmente, 6 discordam, 2 nem concordam nem discordam, 3 concordam e 2 concordam totalmente. Em relação a afirmação ‘4.3. Quando necessário é permitido teletrabalho, para conciliar a vida profissional e familiar’, 4 discordam totalmente, 1 discorda, 3 nem concordam nem discordam, 5 concordam, 1 concorda totalmente e 1 não sabe ou não quis responder. No que se refere a afirmação ‘4.4. O departamento onde trabalho define dias de teletrabalho por mês.’, 10 discordam totalmente, 1 discorda, 2 nem concordam nem discordam, 1 concorda e 1 não sabe ou não quis responder. No que diz respeito a afirmação ‘4.5. É complicado conciliar a minha vida profissional e familiar.’, 1 discorda totalmente, 5 discordam, 3 nem concordam nem discordam, 3 concordam, 2 concordam totalmente e 1 não sabe ou não quis responder – ver tabela 14.

Através dos resultados acima obtidos, é possível afirmar que os departamentos de comunicação do ensino superior públicos do Grande Porto lidam de forma diferente com medidas que visam o equilíbrio entre a vida familiar e a vida profissional. No entanto, existe uma questão em que a maioria concorda: “O departamento onde trabalho define dias de teletrabalho por mês.”

## **6.5 Teorias de Segregação Sexual**

A última parte do questionário Parte 5 – procurou perceber a perceção dos participantes em relação às –Teorias de Segregação Sexual analisando as respostas dadas a cinco afirmações: 1) Existe um maior número de homens nos cargos superiores; 2) As mulheres encontram-se em posições hierarquicamente inferiores; 3) As mulheres deparam-se com mais obstáculos que as impedem de assumir cargos de poder e autoridade; 4) Existem obstáculos invisíveis que impedem a ascensão das mulheres a cargos superiores; 5) A

promoção e o desenvolvimento das carreiras são mais lentos para as mulheres do que para os homens – ver tabela 15.

<b>Afirmações</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>NS/NR</b>
5.1. Existe um maior número de homens nos cargos superiores.	2	2	3	5	2	1
5.2. As mulheres encontram-se em posições hierarquicamente inferiores.	2	7	3	1	2	0
5.3. As mulheres deparam-se com mais obstáculos que as impedem de assumir cargos de poder e autoridade.	2	5	1	5	2	0
5.4. Existem obstáculos invisíveis que impedem a ascensão das mulheres a cargos superiores.	4	2	3	3	2	1
5.5. A promoção e o desenvolvimento das carreiras são mais lentos para as mulheres do que para os homens.	4	2	3	4	2	0

*Tabela 15 - Parte 5: Teorias de Segregação Sexual*

Quanto a afirmação ‘5.1. Existe um maior número de homens nos cargos superiores.’, 2 discordam totalmente, 2 discordam, 3 nem concordam nem discordam, 5 concordam, 2 concordam totalmente e 1 não sabe ou não quis responder. Acerca da afirmação ‘5.2. As mulheres encontram-se em posições hierarquicamente inferiores.’, 2 discordam totalmente, 7 discordam, 3 nem concordam nem discordam, 1 concorda e 2 concordam totalmente. No que respeita a afirmação, ‘5.3. As mulheres deparam-se com mais obstáculos que as impedem de assumir cargos de poder e autoridade.’, 2 discordam totalmente, 5 discordam, 1 nem concorda nem discorda, 5 concordam e 2 concordam totalmente. No que concerne a afirmação ‘5.4. Existem obstáculos invisíveis que impedem a ascensão das mulheres a cargos superiores.’, 4 discordam totalmente, 2 discordam, 3 nem concordam nem discordam, 3 concordam, 2 concordam totalmente e 1 não sabe ou não quis responder. No que toca a afirmação ‘5.5. A promoção e o desenvolvimento das carreiras são mais lentos para as mulheres do que para os homens.’, 4 discordam totalmente, 2 discordam, 3 nem concordam nem discordam, 4 concordam e 2 concordam totalmente – ver tabela 15.

Com base nos resultados obtidos, podemos verificar que os colaboradores afirmam que as mulheres não se encontram em posições hierarquicamente inferiores, sendo que metade afirma que existe uma maior porção de homens em cargos superiores. A opinião dos colaboradores relativamente a promoção e o desenvolvimento das carreiras das mulheres serem mais lentas, encontra-se dividida. O mesmo se sucede quando questionados se as mulheres se deparam com obstáculos que as impedem de ascender a cargos superiores e se estas se deparam com obstáculos invisíveis.

Na secção disponível no questionário para comentários, só se obteve o seguinte comentário ‘No meio académico ainda mais difícil é ser promovida e considerada "expert" na área da comunicação. Esta área é muito desafiante e interessante mas infelizmente muito mal considerada.’.

## **7 Discussão dos Resultados**

Ao longo do questionário foi solicitado aos inquiridos participantes dos departamentos de comunicação do ensino superior público do Grande Porto, para se posicionarem de acordo com cinco dimensões que, segundo a revisão de literatura, permitiam responder ao objetivo central desta dissertação: estudar a presença feminina nos departamentos de comunicação dos institutos de ensino superior públicos do Grande Porto. As dimensões foram: 1) Papel do homem e da mulher na sociedade; 2) Igualdade entre homens e mulheres nas Empresas; 3) Perceção dos homens e das mulheres nos cargos e funções organizacionais; 4) Equilíbrio entre a vida profissional e a vida familiar; 5) Teorias de Segregação Sexual. Cada uma dessas dimensões eram compostas por cinco afirmações – consultar matriz de análise no ponto 5.3. Feita a recolha, análise e apresentação dos resultados, neste ponto apresentamos a discussão do mesmo.

Um dos resultados que considerarmos pertinentes prende-se com o facto de ficar evidente de que maioria dos inquiridos são do sexo feminino; 13 são mulheres (86.7%) e apenas 2 são homens (13,3%). Maioria dos inquiridos exerce a função de colaborador, 11 inquiridos, dos quais nove são mulheres. Por outras palavras: o sexo feminino está mais representado no contexto dos departamentos comunicação do ensino superior público do Grande Porto, sendo que apenas dois dos inquiridos são chefes do departamento, sendo estas mulheres.

Assim, podemos concluir que, efetivamente, existe uma diferença significativa entre os sexos nos departamentos de comunicação das instituições de ensino superior públicas do Grande Porto, com os homens a ser o grupo sub-representado. Este resultado permite categorizar o contexto dos departamentos de comunicação das instituições de ensino superior publicas do Grande Porto como grupos distorcidos por se entender existir uma dominância sobre o género sub-representado, apresenta uma proporção de 85:15 onde a maioria designa-se como dominante e a minoria são denominados como tokens (Paços e Casaca, 2021; Salvador, 2022). Independentemente do facto que os departamentos de comunicação do ensino superior público do Grande Porto constituem grupos distorcidos

é importante mencionar que, maioria dos trabalhadores nos departamentos de comunicação do ensino superior público do Grande Porto, são qualificados para as funções que desempenham. Mais concretamente, 80% concluíram os seus estudos na área da comunicação e 60% são mestres, existindo, por isso, formação superior.

Relativamente ao papel do homem e da mulher na sociedade, os dados mostram que os trabalhadores dos departamentos de comunicação das instituições de ensino superior público do Grande Porto discordam com os atributos que são associados a cada género baseados em estereótipos, tal como tinha sido avançado por pensamentos dissertados ao longo da revisão de literatura de que os estudos indicam existir discordância no que concerne a os preconceitos relacionados com as expectativas entre homens e mulheres na sociedade (Coelho, 2020).

Maioria dos inquiridos afirma que as funções são atribuídas com base na capacidade do indivíduo, o género não é um fator que é levado em consideração na atribuição de papéis e funções; e afirmam, ainda, que as funções não são desenhadas especificamente para um determinado género. No entanto, a maioria afirma que os cargos superiores são desenhados especificamente para os homens e quando questionados se as ideias pré-concebidas sobre os géneros definem a atribuição de cargos, com base nos resultados obtidos não existe numa posição que represente a maioria. Estes dados corroboram com o pensamento de Paço e Casaca (2021), quando afirmam que as organizações não são neutras no que toca ao género, as ideias pré-concebidas definem as funções e os cargos em funções de um determinado género. Existem métodos que podem ser adotados e incorporados nos procedimentos formais nas organizações, no entanto muitas organizações implementam estas alterações apenas em papel, não alterando na realidade a maneira como os processos internos são formulados. Neste sentido, entende-se, mediante os resultados, que cabe às instituições de ensino superior públicas do Grande Porto, implementar novas medidas para que os departamentos de comunicação dos institutos se tornem neutros no que toca ao género.

Relativamente às medidas legais para a promoção da igualdade de género nos contextos laborais, os dados permitem concluir que trabalhadores dos departamentos de comunicação dos institutos de ensino superior público do Grande Porto têm conhecimento de que existe promoção de igualdade de género, através de planos de ação para erradicar a discriminação de género existindo, no entanto, trabalhadores que discordam com a sua existência, não tomando nenhuma posição e optando por demonstrar

que não queriam ou não sabiam responder. Face a este resultado, entende-se estar em condições de apontar duas causas que possam ser o alicerce do resultado: 1) efetivamente algumas instituições não têm nenhum plano de ação para erradicar a discriminação de género, nem objetivos delineados para esse feito; 2) as instituições não divulgam ou não fazem chegar a informação/documentação aos seus colaboradores. Sendo assim, cremos estar em condições de afirmar de que nos departamentos de comunicação dos institutos do ensino superior público ainda não há uma forte aplicabilidade da Resolução do Conselho de Ministros nº 19/2012 de 8 de março, em que refere o facto de que todos os setores empresariais devem procurar estabelecer planos de igualdade de género, para alcançar a paridade de tratamento e oportunidades entre homens e mulheres, para erradicar a discriminação nos locais de trabalho, facilitar a articulação família trabalho, assim como o Decreto-Lei n.º 157/2014, de 24 de outubro, artigo 30, Disposições Gerais, n.º 6, que aponta a necessidade interna, de promover a diversidade de qualificações e competências para a função exercida, fixar objetivos para a representação de mulheres e homens e criar uma política de forma a aumentar o número de colaboradores sub-representados.

Os dados também nos indicam parecer haver ainda um trabalho a fazer no que concerne à dimensão que se prende com o equilíbrio entre a vida familiar e a vida profissional.

Por sua vez, no que concerne à dimensão do equilíbrio entre a vida familiar e a vida profissional, pelos resultados obtidos, os departamentos de comunicação dos institutos de ensino superior público do Grande Porto lidam de forma diferente com medidas que visam equilibrar a vida familiar e a vida profissional, deixando transparecer a ideia da necessidade de um trabalho fazer no que concerne à dimensão; pois, no geral, os colaboradores não conseguem desenhar a ideia clara de que no local de trabalho exista de facto, quer equilíbrio entre a vida familiar e a vida profissional é assegurado, quer os horários de trabalho flexíveis, quer e a prática de teletrabalho quando necessária. Onde a maioria está em sintonia é no que concerne à estipulação de dias de teletrabalho por mês, com a maioria a discordar. Este contexto vem reforçar o pensamento de que, atualmente, ambos os géneros se deparam com dificuldades em conciliar a vida profissional e a vida familiar devido as constantes mudanças no mercado de trabalho (Gonçalves, 2011). A dificuldade de conciliar a vida profissional e a vida familiar, pode levar ao desenvolvimento de uma condição psicológica designada de stress ocupacional, afetando, quer aspetos da vida pessoal de um indivíduo, quer profissional, pois as exigências

profissionais ultrapassam a capacidade do indivíduo. Este cenário também nos leva a entender de que medidas que podem ser implementadas para evitar o surgimento desta condição e auxiliar o equilíbrio entre a vida profissional e pessoal possam não estar a ser aplicadas no contexto dos departamentos de comunicação dos institutos de ensino superior públicos, designadamente: implementação de horários flexíveis, prática do teletrabalho e trabalhar em tempo parcial (Peter et al. 2009).

No que concerne à posição hierárquica, os trabalhadores dos departamentos de comunicação dos institutos de ensino superior público do Grande Porto, afirmam que as mulheres não se encontram em posições hierarquicamente inferiores, sendo que metade dos participantes afirma existir uma maior proporção de homens em cargos superiores. Com base nestes resultados, não é possível determinar se estes departamentos se encontram enquadrados na teoria da segregação sexual vertical. Este termo é utilizado para descrever a maior proporção de homens em cargos superiores, enquanto as mulheres encontram-se em maior proporção em cargos inferiores (Paço e Casaca, 2011). Por outro lado, entende-se estar perante resultados um pouco contraditórios, considerando que 87% dos inquiridos são mulheres e apenas 13,3% homens e quando questionados sobre a sua posição hierárquica, dentro dos seus respetivos departamentos, apenas 2 inquiridos responderam chefes de departamento, sendo estas mulheres. Entende-se que este contexto possa remeter para a segregação sexual e em simultâneo corroborar com o pensamento descrito na revisão de literatura, expressa ao longo da primeira parte deste trabalho, ao considerar que o teto invisível/imaginário representa um bloqueio na progressão das carreiras das mulheres (Coelho, 2020; Paço e Casaca, 2021), não sendo possível concluir com base na maioria se as mulheres destes departamentos se sentem “bloqueadas” ou “impedidas” de progredir na carreira, uma vez que a opinião dos inquiridos se encontra dividida.

Um resultado não menos pertinente prende-se com o facto de em todas as secções do questionário existirem participantes que preferiram optar pela opção de resposta «Não sei/Não Respondo» e ou optaram pelo grau 3 da Escala Likert «Nem Concordo Nem Discordo». Tendo como base a temática em estudo e alicerce a revisão de literatura, acredita-se estar em condições de avançar com a premissa de que os participantes não têm conhecimento suficientemente seguro, um pensamento formulado e sustentado sobre as temáticas para responder com conhecimento às afirmações colocadas. Tratando-se de um local de trabalho intrinsecamente associado a instituições que praticam, promovem

conhecimento que se acredita capaz de sustentar o desenvolvimento da sociedade, em geral, e do indivíduo, em particular, entende-se haver espaço para fazer acontecer a praxis de um maior esforço por parte dos institutos de ensino superior pela não apenas implementar medidas que responda às diretrizes anunciadas, mas também em contribuir para uma maior formação dos seus colaboradores no que concerne às dimensões: 1) Papel do homem e da mulher na sociedade (Bento, 2021; Coelho, 2020; Duarte, 2008; Lima et al., 2017; Loureiro & Cardoso, 2008; Wojtowicz, 2021); 2) Igualdade entre homens e mulheres nas Empresas (Bento, 2021; Cortesão, 2013; Diário da República Eletrónico, 2017; DRE, 2012, 2012, 2013a, 2013b, 2013c, 2014a, 2014b, 2014c, 2015, 2019); 3) Perceção dos homens e das mulheres nos cargos e funções organizacionais (Paço & Casaca, 2021; Salvador, 2022); 4) Equilíbrio entre a vida profissional e a vida familiar (Coelho, 2020; Gonçalves, 2011; Loureiro & Cardoso, 2008; Peters et al., 2009; Pordata, sem data); 5) Teorias de Segregação Sexual (Carli & Eagly, 2016; Carvalho, 2021; Coelho, 2020; Duarte, 2008; Paço & Casaca, 2021). Esta ideia faz ainda mais sentido, quando nos apercebemos da ausência de partilhas na última questão do questionário, pois, não tendo sido criação com o intuito de ser um questionário marcado por respostas abertas, decidiu-se, no final do questionário, criar um espaço para que os participantes, caso pretendessem, exprimissem algum comentário. Das 15 respostas ao questionário, apenas um participante deixou a seguinte resposta:

*No meio académico ainda mais difícil é ser promovida e considerada "expert" na área da comunicação. Esta área é muito desafiante e interessante mas infelizmente muito mal considerada. ' (participante no questionário)*

Apesar de ser único no que concerne à quantidade, entende-se pertinente pela singularidade da mensagem que transmite e que, de certa forma, deixa evidenciar o quanto é pertinente continuar a apostar da formação e informação das pessoas, em geral, e, em modo particular, em quem trabalha em instituições cujo foco é a promoção do conhecimento com vista ao desenvolvimento da sociedade. Tem sido evidente o quanto a comunicação tem um papel preponderante na promoção das instituições (Gonçalves, 2015), mas quando é exercida nem sempre recebe o reconhecimento no mesmo grau, designadamente quem a exerce evidenciando-se, até, difícil progredir na carreira e ser valorizado pelo todo trabalho desenvolvido. Como nos mostra o pensamento de Borges (2016) ao afirmar a ideia de que os gabinetes de comunicação cobrem as necessidades

tanto internas, como externas das instituições de ensino superior e trabalham para transmitir uma imagem positiva para o público, influenciando a sua opinião pública.

Feita a discussão dos resultados, no ponto seguinte apresentamos a conclusão inerente ao trabalho realizado.



O paradigma da comunicação organizacional sofreu alterações com a introdução da tecnologia (Pereira, 2022), e a internet assumiu-se como ferramenta indispensável para se ter acesso à informação, estabelecer comunicação e fazer entretenimento. As organizações foram impulsionadas a migrar para o meio digital e a comunicação digital a desenhar-se como pilar recorrendo a técnicas e a ferramentas que permitem promover trocas, interações e relações sociais (Corrêa, 2008). Este cenário fez surgir novas exigências às distintas instituições e de que podem ser exemplo as de ensino superior - universidades e os politécnicos -, que passaram a necessitar de repensarem na sua identidade e na forma como comunicam para o ambiente externo, cabendo ao profissional de relações-públicas gerir a publicidade em meios de comunicação em massa; a organização de eventos e a comunicação digital, que hoje são essenciais na promoção da imagem das instituições perante um público cada vez mais diversificado e exigente (Gonçalves, 2015). Assim, os gabinetes de comunicação constituem fontes ativas que cobrem as necessidades comunicativas tanto internas como externas e transmitem uma imagem positiva para o público, influenciando a sua opinião pública (Borges, 2016).

Outra mudança nas organizações prendeu-se com a questão do género, nomeadamente com a presença feminina no mercado de trabalho a aumentado e em determinados contextos, em Portugal, chega a sobrepor-se à presença masculina (Ferreira, 2010): em 2021, da população portuguesa com ensino superior, 61,3% eram mulheres e 38,7% homens (Pordata, sem data-e). No entanto, não eliminou as desigualdades sociais de género (Blass, 2002), existindo vários obstáculos colocados às mulheres durante o seu percurso profissional, desde: estereótipos sexuais (Bento, 2021; Coelho, 2020; Duarte, 2008; Lima et al., 2017; Loureiro & Cardoso, 2008; Wojtowicz, 2021) ; dificuldades na articulação família trabalho (Coelho, 2020; Gonçalves, 2011; Loureiro & Cardoso, 2008; Peters et al., 2009; Pordata, sem data); teorias de segregação sexual, que representam as dificuldades das mulheres na hierarquia dentro das organizações (Carli & Eagly, 2016; Carvalho, 2021; Coelho, 2020; Duarte, 2008; Paço & Casaca, 2021) e facto de as organizações não serem neutras no que toca ao género, organizações genderizadas (Paço & Casaca, 2021; Salvador, 2022). E sendo a comunicação e a educação duas áreas que influenciam a igualdade de género, os gabinetes de comunicação do ensino superior acabam por assumir um papel pertinente na transmissão de uma imagem positiva influenciado assim a opinião pública (Borgues, 2016). Neste sentido, o nosso trabalho formulou a seguinte questão de investigação: Qual o papel das questões do género no

contexto dos departamentos de comunicação das instituições de ensino superior públicas do Grande Porto? Como objetivos os seguintes: caracterizar os participantes com o intuito de recolher dados sobre a percentagem de homens e mulheres que trabalham nos departamentos, idade, o grau académico, tipo de curso, estado civil; identificar a perceção dos participantes sobre o papel dos homens e mulheres na sociedade; identificar a perceção dos participantes sobre a igualdade de género entre homens e mulheres; estudar a perceção dos participantes em relação aos cargos e funções organizacionais; estudar a perceção dos participantes sobre o equilíbrio entre a vida profissional e a vida familiar; recolher a perceção dos participantes em relação à Teorias de Segregação Sexual.

Para recolher os dados, centrámos a pesquisa numa abordagem quantitativa, com os dados a serem recolhidos através de um inquérito por questionário. O questionário foi elaborado tendo por base a literatura e o questionário da dissertação intitulado “Desigualdade de Género no Mercado de Trabalho: alcances e impactos da Lei das Quotas”, da autoria de mestrado da autora Carolina Silva Davis (2020). Após criado e testado, o questionário recolheu dados sobre cinco dimensões: 1) Papel do homem e da mulher na sociedade; 2) Igualdade entre homens e mulheres nas Empresas; 3) Perceção dos homens e das mulheres nos cargos e funções organizacionais; 4) Equilíbrio entre a vida profissional e a vida familiar; 5) Teorias de Segregação Sexual. Cada dimensão colocava cinco afirmações e participantes respondiam tendo por base a escala de likert, com os dados a serem apresentados com recurso à análise de frequência e estatística, com foco na descritiva.

Após a análise e discussão dos resultados, pode-se concluir de que no caso dos departamentos de comunicação dos institutos de ensino superior do Grande Porto, as mulheres representam o género predominante e detêm cargos hierárquicos superiores. Existe uma diferença significativa entre os géneros, apenas 13,3% dos inquiridos são homens. Os departamentos de comunicação, representam grupos distorcidos, de acordo com o modelo de Kanter (Paço & Casaca, 2021; Salvador, 2022). No entanto, com base no nível académico dos inquiridos, estes são qualificados para desempenhar as suas funções, uma vez que 80% concluiu os seus estudos na área da comunicação e 60% são mestres.

Os dados também permitem concluir que existe falta de conhecimento sobre a existência de planos de ação para erradicar a discriminação de género e existência de objetivos para o mesmo efeito. Se esta documentação existe, os institutos de ensino superior não a

divulgam aos seus colaboradores. Apenas uma pequena fração dos participantes reconhece a existência de planos de ação e objetivos que visam erradicar a discriminação de género. Para além destes fatores, é perceptível que cada instituto tem uma maneira diferente de auxiliar os seus colaboradores para atingir o equilíbrio entre a vida profissional e a vida familiar. Nem todos os trabalhadores dos departamentos de comunicação dos institutos de ensino superior públicos do Grande Porto garantem que: o equilíbrio entre a vida profissional e a vida pessoal é assegurado; os horários de trabalho nem sempre são flexíveis; e não é permitido teletrabalho se necessário. A maioria, dos trabalhadores destes departamentos, afirma a não existência de dias de teletrabalho estipulados por mês. Estes são exemplos de medidas que auxiliam o equilíbrio entre a vida profissional e a vida pessoal e que colhem pouquíssima expressão no campo em estudo.

No que concerne à genderização no contexto organizacional, os dados remetem para a existência de «ideias pré-concebidas» no que concerne à diferença entre funções exercidas de uma forma geral e as funções associadas a «cargos superiores». Esta conclusão é sustentada pelo facto de os dados permitirem concluir que as funções não são desenhadas especificamente para um determinado género, antes atribuídas com base na capacidade do indivíduo; isto é: o género não é um fator em consideração na atribuição de papéis e funções; no entanto, quando a função é associada a «cargos superiores», os dados permitem concluir que essas posições nas organizações em estudo são desenhadas especificamente para os homens e são estes que as ocupam. A conclusão de «ideias pré-concebidas» é, ainda, reforçada quando a maioria dos participantes no estudo, colaboradoras dos departamentos de comunicação, é do sexo feminino (87%) e discordam que as mulheres se encontrem em posições hierarquicamente inferiores, mas apenas duas mulheres são chefes de departamento. Estes dados corroboram com o pensamento de Paço e Casaca (2021), quando afirmam que as organizações não são neutras no que toca ao género, as ideias pré-concebidas definem as funções e os cargos de um determinado género. A segregação sexual, Glass Ceilling acontece, mesmo que de forma silenciosa, inconsciente, assegurada por um teto invisível que representa o bloqueio ou impedimento da progressão da carreira das mulheres (Coelho, 2020). Entende-se existir espaço para a implementação de planos, objetivos e medidas que visam erradicar as desigualdades e a discriminação de género. As instituições de ensino superior públicas do Grande Porto devem, também, apostar na comunicação digital para combater a desigualdade e a

discriminação com base no género. De acordo com a Comissão para a Cidadania e a Igualdade de Género (sem data) a comunicação e a educação são as duas áreas que mais influenciam a igualdade de género. Perante isto, cabe aos estabelecimentos de ensino superior e aos departamentos de comunicação investirem na temática e melhorarem tanto a comunicação interna como externa de modo transmitir uma imagem positiva ao público.

Posto isto, entendesse que os objetivos definidos foram alcançados, ou seja: permitiram contribuir para encontrar a resposta à pergunta de investigação que esta dissertação formulou: Qual o papel das questões do género no contexto dos departamentos de comunicação das instituições de ensino superior públicas do Grande Porto?

Entende-se que a presença das mulheres nos departamentos de comunicação das instituições de ensino superior públicos do Grande Porto é uma realidade, no entanto é urgente atender à *praxis* das questões de igualdade de género de uma forma visível e capaz de contribuir.

Em suma, entende-se que o propósito desta dissertação foi alcançado, permitindo extrair conclusões com base nos resultados adquiridos e contribuir para o desenvolvimento da temática, apesar das limitações que podem ser apontadas, como se mostra de seguida.

### **Limitações e trabalhos futuros**

Por razões formais e informais, um trabalho científico raramente ou nunca conhece o fim do desenvolvimento da temática em estudo e se apresenta livre de falhas. Ideia assimilada pelo trabalho aqui apresentado, designadamente até porque a temática não se esgota e entende-se haver ainda um longo trabalho para ser feito. Todavia, crê-se que é apresentado aqui um estudo que pode ser entendido como pioneiro, inovador e revelador de dados e conclusões capazes de alertar toda a comunidade científica, em particular, e a sociedade, em geral, para a necessidade, urgente, de estudar a temática; sendo que os resultados podem, já, ser entendidos como base para trabalhos futuros de índole científica. Contudo, expressa que limitações de calendário formal, não foi possível, nem estender o inquérito por questionário a mais instituições, nem recorrer à aplicação de entrevistas. No entanto, ressalva-se que nunca foi propósito tirar conclusões fechadas ou representativas, antes recolher dados que permitissem contribuir para o desenvolvimento da temática. O presente trabalho serve como ponto de partida para futuros trabalhos, uma vez que pode ser aplicado a todos os departamentos de comunicação dos institutos de ensino superior públicos e privados de Portugal; um trabalho a ser desenvolvida numa etapa posterior.

Em suma, o presente trabalho teve como objetivo de elaboração permitir a obtenção do grau de mestre em Assessoria em Comunicação Digital e pode-se afirmar que foi desafiante e enriquecedor, permitindo adquirir novos conhecimentos e correlacionar conhecimentos previamente adquiridos durante o percurso académico.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

---

- Abreu, L. (2021, abril 27). Conheça os 7 benefícios de contratar uma agência de Marketing Digital. *Rock Content - BR*.  
<https://rockcontent.com/br/blog/beneficios-de-contratar-uma-agencia-de-marketing-digital/>
- Albarello, L., Digneffe, F., Hiernaux, J.-P., Maroy, C., Ruquoy, D., & Saint-Georges, P. de. (1997). Práticas e métodos de investigação em ciências sociais. *Práticas e métodos de investigação em ciências sociais*, 1–252.
- Anauate, M. M. (2016). *A comunicação dentro das agências de comunicação*. 2.  
<https://static.casperlibero.edu.br/uploads/2017/07/12-Mariana-Anauate.pdf>
- APECOM. (sem data). *O que faz uma Agência de Comunicação*. Obtido 16 de maio de 2023, de <https://www.apecom.pt/files/upload/paginas/o-que-faz-uma-agencia-de-comunicacao.pdf>
- Bento, J. R. de A. S. (2021). *Compromisso com a igualdade e equilíbrio entre mulheres e homens nos órgãos de administração: O caso das empresas de grande dimensão em Portugal* [Instituto Superior de Economia e Gestão].  
<https://www.repository.utl.pt/handle/10400.5/22817>
- Blass, L. M. da S. (2002). Mulheres fora de lugar? *Cadernos Pagu*, 311–338.  
<https://doi.org/10.1590/S0104-83332002000100011>
- Borges, S. M. P. (2016). *Tendências e desafios dos gabinetes de comunicação nas Instituições de Ensino Superior*. [masterThesis].  
<https://ubibliorum.ubi.pt/handle/10400.6/7021?locale=en>
- Bosak, J., & Sczesny, S. (2011). Gender Bias in Leader Selection? Evidence from a Hiring Simulation Study. *Sex Roles*, 65(3), 234–242.  
<https://doi.org/10.1007/s11199-011-0012-7>

- Carli, L., & Eagly, A. (2016). Women face a labyrinth: An examination of metaphors for women leaders. *Gender in Management: An International Journal*, 31, 514–527.  
<https://doi.org/10.1108/GM-02-2015-0007>
- Carvalho, S. A. (2021). *Igualdade de género no acesso a cargos de direção executiva: Boas práticas de recrutamento e seleção* [masterThesis, Instituto Superior de Economia e Gestão]. <https://www.repository.utl.pt/handle/10400.5/22550>
- CITE. (sem data-a). *Diálogo Social e Igualdade nas Empresas—Projectos*. Obtido 13 de dezembro de 2022, de [https://cite.gov.pt/projetos/-/asset\\_publisher/vPxQoQTABUGy/content/dialogo-social-e-igualdade-nas-empresas](https://cite.gov.pt/projetos/-/asset_publisher/vPxQoQTABUGy/content/dialogo-social-e-igualdade-nas-empresas)
- CITE. (sem data-b). *Entidades Premiadas—Igualdade é Qualidade*. Obtido 13 de dezembro de 2022, de <http://40.69.193.160/pt/premioigualdade/entidadespremiadas.html>
- CITE. (sem data-c). *O que é o Prémio—Igualdade é Qualidade*. Obtido 13 de dezembro de 2022, de <http://40.69.193.160/pt/premioigualdade/oquepremio.html>
- Coelho, I. A. da S. (2020). *A influência dos estereótipos de género na carreira de mulheres em posições de poder e autoridade nas organizações: Uma revisão sistemática de literatura* [masterThesis].  
<https://repositorio.ucp.pt/handle/10400.14/33957>
- Coimbra, B. S. (2021). *A importância das agências de comunicação: Estudo de caso* [masterThesis]. <https://recipp.ipp.pt/handle/10400.22/19890>
- Comissão para a Cidadania e a Igualdade de Género. (sem data). *Igualdade entre Mulheres e Homens*. CIG. Obtido 6 de outubro de 2022, de <https://www.cig.gov.pt/area-igualdade-entre-mulheres-e-homens/enquadramento/>

- Connell, R. (2006). Glass Ceilings or Gendered Institutions? Mapping the Gender Regimes of Public Sector Worksites. *Public Administration Review*, 66(6), 837–849. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6210.2006.00652.x>
- Corrêa, E. S. (2008, março 3). *Reflexões para uma Epistemologia da Comunicação Digital* (1). Observatorio (OBS\*). <https://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/116>
- Cortesão, F. (2013). *A Segregação de Género no Mercado de Trabalho em Portugal, Caracterização da sua evolução no período 2001 a 2011*. [https://www.academia.edu/45032744/A\\_Segrega%C3%A7%C3%A3o\\_de\\_G%C3%A9nero\\_no\\_Mercado\\_de\\_Trabalho\\_em\\_Portugal\\_Caracteriza%C3%A7%C3%A3o\\_da\\_sua\\_evolu%C3%A7%C3%A3o\\_no\\_per%C3%ADodo\\_2001\\_a\\_2011](https://www.academia.edu/45032744/A_Segrega%C3%A7%C3%A3o_de_G%C3%A9nero_no_Mercado_de_Trabalho_em_Portugal_Caracteriza%C3%A7%C3%A3o_da_sua_evolu%C3%A7%C3%A3o_no_per%C3%ADodo_2001_a_2011)
- David, C. S. (2021). *Desigualdades de Género no Mercado de Trabalho* [masterThesis]. <https://ubibliorum.ubi.pt/handle/10400.6/11775>
- DGERT. (sem data). *OIT*. Obtido 22 de dezembro de 2022, de <https://www.dgert.gov.pt/condicoes-de-trabalho/oit>
- Diário da República Eletrónico. (2017). *Lei n.º 62/2017*. <https://dre.pt/dre/detalhe/lei/62-2017-107791612>
- Dias, I. (2008). *Violência Contra as Mulheres no Trabalho. O caso do assédio sexual*. <https://repositorio.iscte-iul.pt/handle/10071/1201>
- DRE. (2012, março 8). *Resolução do Conselho de Ministros n.º 19/2012*. <https://dre.pt/dre/detalhe/resolucao-conselho-ministros/19-2012-542375>
- DRE. (2013a, março 8). *Resolução do Conselho de Ministros n.º 13-A/2013*. <https://dre.pt/dre/detalhe/tipo/13-a-2013-324147>
- DRE. (2013b, agosto 28). *Lei n.º 67/2013*. <https://dre.pt/dre/detalhe/lei/67-2013-499499>

- DRE. (2013c, outubro 3). *Decreto-Lei n.º 133/2013*. <https://dre.pt/dre/detalhe/decreto-lei/133-2013-500215>
- DRE. (2014a, março 7). *Resolução do Conselho de Ministros n.º 18/2014*. <https://dre.pt/dre/detalhe/resolucao-conselho-ministros/18-2014-572416>
- DRE. (2014b, outubro 24). *Decreto-Lei n.º 157/2014*. <https://dre.pt/dre/detalhe/decreto-lei/157-2014-58585556>
- DRE. (2014c, outubro 27). *Decreto-Lei n.º 159/2014*. <https://dre.pt/dre/detalhe/decreto-lei/159-2014-58605739>
- DRE. (2015, março 6). *Resolução do Conselho de Ministros n.º 11-A/2015*. <https://dre.pt/dre/detalhe/resolucao-conselho-ministros/11-a-2015-66689598>
- DRE. (2017, agosto 1). *Lei n.º 62/2017*. <https://dre.pt/dre/detalhe/lei/62-2017-107791612>
- DRE. (2019, março 28). *Lei n.º 26/2019*. <https://dre.pt/dre/detalhe/lei/26-2019-121665677>
- Duarte, A. C. de O. (2008). *Imperium femininis...Uma liderança de sucesso escondido*. <https://repositorio.ispa.pt/handle/10400.12/4104>
- Ely, R. J., & Meyerson, D. E. (2000). Theories of Gender in Organizations: A New Approach to Organizational Analysis and Change. *Research in Organizational Behavior*, 22, 103–151. [https://doi.org/10.1016/S0191-3085\(00\)22004-2](https://doi.org/10.1016/S0191-3085(00)22004-2)
- Ferreira, V. (1999a). *Os paradoxos da situação das mulheres em Portugal*. <https://estudogeral.sib.uc.pt/handle/10316/11571>
- Ferreira, V. (1999b). *Os paradoxos da situação das mulheres em Portugal*. <https://estudogeral.sib.uc.pt/handle/10316/11571>
- Ferreira, V. (2010). *A Igualdade de Mulheres e Homens no Trabalho e no Emprego em Portugal: Políticas e Circunstâncias*. CITE. <https://estudogeral.sib.uc.pt/handle/10316/44008>

- Gil, A. C. (2008). *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social*.  
<https://ayanrafael.files.wordpress.com/2011/08/gil-a-c-mc3a9todos-e-tc3a9cnicas-de-pesquisa-social.pdf>
- Gipson, A. N., Pfaff, D. L., Mendelsohn, D. B., Catenacci, L. T., & Burke, W. W. (2017). Women and Leadership: Selection, Development, Leadership Style, and Performance. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 53(1), 32–65.  
<https://doi.org/10.1177/0021886316687247>
- Global Connectivity Report 2022*. (sem data). Obtido 16 de maio de 2023, de  
<https://www.itu.int/itu-d/reports/statistics/2022/05/30/gcr-chapter-2>
- Gonçalves, M. (2015). *Comunicação nas Instituições de Ensino Superior* [masterThesis].  
<https://ubibliorum.ubi.pt/handle/10400.6/5690>
- Gonçalves, M. H. da S. (2011). *A articulação trabalho-família vivenciada por gestoras portuguesas: Uma fonte de stresse ocupacional?*  
[https://sigarra.up.pt/fdup/pt/pub\\_geral.pub\\_view?pi\\_pub\\_base\\_id=29548](https://sigarra.up.pt/fdup/pt/pub_geral.pub_view?pi_pub_base_id=29548)
- He, J. C., Kang, S. K., Tse, K., & Toh, S. M. (2019). Stereotypes at work: Occupational stereotypes predict race and gender segregation in the workforce. *Journal of Vocational Behavior*, 115, 103318. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2019.103318>
- ITU. (sem data). *Global Connectivity Report 2022*. Obtido 16 de maio de 2023, de  
<https://www.itu.int/itu-d/reports/statistics/2022/05/30/gcr-chapter-2>
- Karawejczyk, M. (2013). *As suffragettes e a luta pelo voto feminino*.  
<https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/33267419/03suffragettes-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1637177127&Signature=BhPBDV09go8py2rU0-W-KKBPAX2fUW00JwnLmDrlHIjIGGDZowSfcE2nKIu-uD5Xj~mbVmi8eNJdw8zCpsPaBYBKSk-8LmQB8Gwyu1s4ySJ6bCMe8o-vR5DCcE5iiMDpAiDF9qD0wUchOhDUpOFFq9i7GiyqF1DRAbS2Z7d5OUsU>

3LtkkJDnj~hZxEZpWRsIHDrSX0Xne4F0To71c8oWN-  
QubhagWi4z1HnFyKEAgeThccB9LBoqeOKg4RQSgBsNVhYoibXnPPb7S8X  
eoObOTOouVoepyWGrCZ4ykiQW3vhrRNt0s2-  
GnWGioHYHySFhX~KMJ5JFAC5pFdUc9INm2A\_\_&Key-Pair-  
Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA

Leite, G. M. (sem data). *A longa caminhada das mulheres rumo à igualdade*. Obtido 17 de novembro de 2021, de [https://cabodostrabalhos.ces.uc.pt/n15/documentos/4\\_Gloria\\_Leite.pdf](https://cabodostrabalhos.ces.uc.pt/n15/documentos/4_Gloria_Leite.pdf)

Lima, F. I. A. de, Voig, A. E. G. T., Feijó, M. R., Camargo, M. L., & Cardoso, H. F. (2017a). A influência da construção de papéis sociais de gênero na escolha profissional. *DOXA: Revista Brasileira de Psicologia e Educação*, 19(1), Artigo 1. <https://doi.org/10.30715/rbpe.v19.n1.2017.10818>

Lima, F. I. A. de, Voig, A. E. G. T., Feijó, M. R., Camargo, M. L., & Cardoso, H. F. (2017b, janeiro 1). *A influência da construção de papéis sociais de gênero na escolha profissional* (1). *DOXA: Revista Brasileira de Psicologia e Educação*. <https://periodicos.fclar.unesp.br/doxa/article/view/10818>

Longarela, I. R. (2017). *Explaining vertical gender segregation: A research agenda*. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0950017016668133>

Lopes, D., & Bandão, C. (2017). Liderança no feminino: Um estudo com recurso a histórias de vida. *CIAIQ* 2017, 3. <https://proceedings.ciaiq.org/index.php/ciaiq2017/article/view/1167>

Lopes, V. de S. C. (2005). O relações—Públicas como gestor da imagem e a importância da mensuração dos resultados em Comunicação Corporativa. *Organicom*, 2(2), Artigo 2. <https://doi.org/10.11606/issn.2238-2593.organicom.2005.138882>

- Loureiro, P., & Cardoso, C. C. (2008). *O género e os estereótipos na gestão*.  
<https://scielo.pt/pdf/tek/n10/n10a13.pdf>
- Macedo, E., & Santos, S. (2008). Apenas mulheres? Situação das mulheres no mercado de trabalho em quatro países europeus. *ex æquo*, 129–155.
- Machado, S. B. (2019). *A participação da mulher no mercado de trabalho: O caso dos Açores* [masterThesis]. <https://repositorio.uac.pt/handle/10400.3/5127>
- Madalozzo, R., Martins, S. R., & Shiratori, L. (2010). Participação no mercado de trabalho e no trabalho doméstico: Homens e mulheres têm condições iguais? *Revista Estudos Feministas*, 18(2), 547–566. <https://doi.org/10.1590/S0104-026X2010000200015>
- Martell, R. F., Emrich, C. G., & Robison-Cox, J. (2012). From bias to exclusion: A multilevel emergent theory of gender segregation in organizations. *Research in Organizational Behavior*, 32, 137–162.  
<https://doi.org/10.1016/j.riob.2012.10.001>
- Médis. (2019). *Burnout: Conheça os principais sintomas e como os prevenir*. Médis.  
<http://www.medis.pt/mais-medis/bem-estar-e-desporto/burnout-uma-tendencia-pouco-bem-vinda/>
- Michailidis, M. P., Morphitou, R. N., & Theophylatou, I. (2012). Women at work equality versus inequality: Barriers for advancing in the workplace. *The International Journal of Human Resource Management*, 23(20), 4231–4245.  
<https://doi.org/10.1080/09585192.2012.665071>
- Mihalčová, B., Pružinský, M., & Gontkovičová, B. (2015). The Consequences of Gender Stereotypes in the Work of Managers. *Procedia Economics and Finance*, 23, 1260–1265. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)00464-5](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)00464-5)

- Moller, M. A. B., & Gomes, J. F. da S. (2010). *Quid Vincit? O impacto da Liderança feminina na implicação organizacional*.  
<http://publicacoes.ispa.pt/index.php/ap/article/view/389/pdf>
- Monteiro, R., Rêgo, M. do C. da C., Santos, G. G., Ferreira, V., Perista, M. C. L. e H., Araújo, H. C., Oliveira, J. M. de, Batel, S., Amâncio, L., Casaca, S. F., Silva, S. M. da, & Cruz, S. A. (2010). *A Igualdade de Mulheres e Homens no Trabalho e no Emprego em Portugal: Políticas e Circunstâncias*. CITE.  
<https://estudogeral.sib.uc.pt/handle/10316/44008>
- Nogueira, M. da C. de O. C. (2006). Os discursos das mulheres em posições de poder. *Cadernos de Psicologia Social do Trabalho*, 9(2), Artigo 2.  
<https://doi.org/10.11606/issn.1981-0490.v9i2p57-72>
- Paço, N., & Casaca, S. F. (2021). Equilíbrio entre mulheres e homens nos órgãos de governo das empresas cotadas em bolsa: A influência do compromisso estratégico empresarial. *Sociologia, Problemas e Práticas*, 96, Artigo 96.
- (PDF) *Women face a labyrinth: An examination of metaphors for women leaders*. (sem data). Obtido 27 de dezembro de 2022, de [https://www.researchgate.net/publication/309568423\\_Women\\_face\\_a\\_labyrinth\\_an\\_examination\\_of\\_metaphors\\_for\\_women\\_leaders](https://www.researchgate.net/publication/309568423_Women_face_a_labyrinth_an_examination_of_metaphors_for_women_leaders)
- Pereira, D. L. M. (2022a). *O papel da comunicação digital na dinamização das empresas: O caso da RedOcean* [masterThesis].  
<https://repositorio.ipv.pt/handle/10400.19/7380>
- Pereira, D. L. M. (2022b). *O papel da comunicação digital na dinamização das empresas: O caso da RedOcean* [masterThesis].  
<https://repositorio.ipv.pt/handle/10400.19/7380>

- Pereira, D. L. M. (2022c). *O papel da comunicação digital na dinamização das empresas: O caso da RedOcean* [masterThesis].  
<https://repositorio.ipv.pt/handle/10400.19/7380>
- Perles, J. B. (2007). *Comunicação: Conceitos, fundamentos e história*.  
<https://www.bocc.ubi.pt/pag/perles-joao-comunicacao-conceitos-fundamentos-historia.pdf>
- Peters, P., den Dulk, L., & van der Lippe, T. (2009). The effects of time-spatial flexibility and new working conditions on employees' work–life balance: The Dutch case. *Community, Work & Family*, 12(3), 279–297.  
<https://doi.org/10.1080/13668800902968907>
- Pimentel, C. J. L. (2007). *Comunicação Digital*. Brasport.
- Pires, R. (2019). O que é uma agência de comunicação e como ela funciona? *Rock Content - BR*. <https://rockcontent.com/br/blog/o-que-e-agencia-de-comunicacao/>
- Pordata. (sem data-a). *Agregados domésticos privados: Total e por tipo de composição*.  
Obtido 28 de dezembro de 2022, de  
<https://www.pordata.pt/portugal/agregados+domesticos+privados+total+e+por+tipo+de+composicao-19>
- Pordata. (sem data-b). *Glossário*. Obtido 22 de dezembro de 2022, de  
<https://www.pordata.pt/glossario>
- Pordata. (sem data-c). *População empregada: Total e por nível de escolaridade completo*.  
Obtido 22 de dezembro de 2022, de  
<https://www.pordata.pt/portugal/populacao+empregada+total+e+por+nivel+de+escolaridade+completo-1388>

Pordata. (sem data-d). *População empregada: Total e por sexo*. Obtido 22 de dezembro de 2022, de

<https://www.pordata.pt/portugal/populacao+empregada+total+e+por+sexo-30>

Pordata. (sem data-e). *População empregada: Total e por sexo*. Obtido 30 de novembro de 2022, de

<https://www.pordata.pt/portugal/populacao+empregada+total+e+por+sexo-30>

Pordata. (sem data-f). *População residente com idade entre 16 e 89 anos por nível de escolaridade completo mais elevado: Total e por sexo*. Obtido 22 de dezembro de 2022, de

<https://www.pordata.pt/portugal/populacao+residente+com+idade+entre+16+e+89+anos+por+nivel+de+escolaridade+completo+mais+elevado+total+e+por+sexo-333>

Portal Autárquico. (sem data). *Comissão de Avaliação do Prémio Igualdade é Qualidade*. Obtido 13 de dezembro de 2022, de <https://www.portalautarquico.pt/pt-PT/grupos-de-trabalho/comissao-de-avaliacao-do-premio-igualdade-e-qualidade/>

[PT/grupos-de-trabalho/comissao-de-avaliacao-do-premio-igualdade-e-qualidade/](https://www.portalautarquico.pt/pt-PT/grupos-de-trabalho/comissao-de-avaliacao-do-premio-igualdade-e-qualidade/)

Proetti, S. (2018). AS PESQUISAS QUALITATIVA E QUANTITATIVA COMO MÉTODOS DE INVESTIGAÇÃO CIENTÍFICA: UM ESTUDO COMPARATIVO E OBJETIVO. *Revista Lumen - ISSN: 2447-8717*, 2(4), Artigo 4. <https://doi.org/10.32459/revistalumen.v2i4.60>

*Reflexões para uma epistemologia da Comunicação Digital—CORE*. (sem data). Obtido 1 de setembro de 2023, de

[https://core.ac.uk/display/229405321?utm\\_source=pdf&utm\\_medium=banner&utm\\_campaign=pdf-decoration-v1](https://core.ac.uk/display/229405321?utm_source=pdf&utm_medium=banner&utm_campaign=pdf-decoration-v1)

- Rosati, F., & Faria, L. G. D. (2019). Addressing the SDGs in sustainability reports: The relationship with institutional factors. *Journal of Cleaner Production*, 215, 1312–1326. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.12.107>
- Ruão, T. (2005). *O papel da identidade e da imagem na gestão das universidades*. <https://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/5358>
- Salvador, J. M. da S. (2022, julho 27). *Género e futebol: Dinâmicas entre mulheres e homens num contexto masculino* [masterThesis]. <https://repositorio.iscte-iul.pt/handle/10071/26240>
- Silva, M. P. da. (2014). *Mulher e poder: Percepções de líderes femininas nas organizações*. Universidade Estadual Paulista (Unesp). <https://repositorio.unesp.br/handle/11449/121244>
- STATISTA. (sem data-a). *E-commerce worldwide*. Statista. Obtido 16 de maio de 2023, de <https://www.statista.com/topics/871/online-shopping/>
- STATISTA. (sem data-b). *Internet usage worldwide*. Statista. Obtido 16 de maio de 2023, de <https://www.statista.com/topics/1145/internet-usage-worldwide/>
- STATISTA. (sem data-c). *Number of internet users worldwide 2022*. Obtido 16 de maio de 2023, de <https://www.statista.com/statistics/273018/number-of-internet-users-worldwide/>
- Viana, N. (2010). Emancipação Feminina e Emancipação Humana. *Revista Espaço Acadêmico*, 9. [https://www.researchgate.net/publication/265983957\\_Emancipacao\\_Feminina\\_e\\_Emancipacao\\_Humana](https://www.researchgate.net/publication/265983957_Emancipacao_Feminina_e_Emancipacao_Humana)
- Wojtowicz, E. (2021). STEREOTYPES IN MANAGEMENT – DOES LEADERSHIP HAVE A GENDER? *Humanities and Social Sciences*. <https://journals.prz.edu.pl/hss/article/view/251>





## Apêndice I – Questionário

### Presença das Mulheres nos Gabinetes de Comunicação em Portugal

Chamo-me Carla Sousa e estou a desenvolver a minha dissertação de mestrado subordinada ao tema Presença das Mulheres nos Gabinetes de Comunicação em Portugal, no âmbito do Mestrado em Assessoria em Comunicação Digital, no Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto (ISCAP).

Para concluir o meu estudo, preciso que responda ao questionário que se segue. O questionário é anónimo, não devendo colocar a sua identificação em nenhuma das respostas e as respostas serão utilizadas apenas para fins aqui expostos. Por favor, responda de forma espontânea e sincera a todas as questões, pois não existem respostas certas ou erradas.

Por favor, participe! Sem a sua colaboração este trabalho não será realizado.

Muito obrigada.

Consinto que as minhas respostas sejam recolhidas para o estudo acima referido e estou informado/a que caso tenha introduzido algum dado pessoal na resposta ao mesmo, posso exercer a qualquer momento os meus direitos de acesso, retificação, cancelamento ou oposição consignados no cumprimento do RGDP (Regulamento Geral de Proteção de Dados) enviando uma mensagem de correio eletrónico para a autora do estudo [2181150@iscap.ipp.pt](mailto:2181150@iscap.ipp.pt).

Se considerar que houve ilicitude no tratamento dos seus dados pessoais pode apresentar reclamação junto da Autoridade Nacional de Controlo.

Alguma questão adicional o contato da autora do estudo: [2181150@iscap.ipp.pt](mailto:2181150@iscap.ipp.pt).

#### **Aceito participar no questionário? \***

- Sim
- Não

#### **Trabalha no Gabinete de Comunicação? \***

- Sim
- Não

#### **Parte 1 - Papel do homem e da mulher na Sociedade \***

1. Atendendo ao departamento / função que desempenha, numa escala de 1 a 5, indique o seu grau de concordância com as seguintes afirmações:

1- Discordo Totalmente

- 2- Discordo
- 3- Nem Concordo Nem Discordo
- 4- Concordo
- 5- Concordo Totalmente

NS/NR - Não sei / Não Respondo

	1	2	3	4	5	NS/NR
1.1. As mulheres não assumem posições de chefia porque preferem dedicar-se à família. *						
1.2. A carreira profissional para os homens é mais importante do que para as mulheres. *						
1.3. As empresas contratam mais homens do que mulheres, porque faltam menos. *						
1.4. As mulheres tendem a ser persuadidas a integrarem profissões consideradas femininas. *						
1.5. É melhor ter homens na chefia do que mulheres. *						

## Parte 2 - Igualdade entre homens e mulheres nas Empresas \*

2. Atendendo ao departamento / função que desempenha, numa escala de 1 a 5, indique o seu grau de concordância com as seguintes afirmações:

- 1- Discordo Totalmente
- 2- Discordo
- 3- Nem Concordo Nem Discordo
- 4- Concordo
- 5- Concordo Totalmente

NS/NR - Não sei / Não Respondo

	1	2	3	4	5	NS/NR
2.1. Devem existir Leis que delimitem as Quotas de Género. *						
2.2. A Igualdade de Género nos conselhos de administração e fiscalização aumenta o desempenho da empresa. *						
2.3. Existe promoção de Igualdade de Género no meu departamento. *						

2.4. Existem planos de ação para erradicar a discriminação de género. *						
2.5. São criados objetivos para uma representação equilibrada entre género e são criadas políticas para aumentar o número de colaboradores do sexo sub-representado. *						

### Parte 3 - Perceção dos homens e das mulheres nos cargos e funções organizacionais

\*

3. Atendendo ao departamento / função que desempenha, numa escala de 1 a 5, indique o seu grau de concordância com as seguintes afirmações:

- 1- Discordo Totalmente
- 2- Discordo
- 3- Nem Concordo Nem Discordo
- 4- Concordo
- 5- Concordo Totalmente

NS/NR - Não sei / Não Respondo

	1	2	3	4	5	NS/NR
3.1. As funções são atribuídas de acordo com as capacidades dos colaboradores, sejam homens ou mulheres. *						
3.2. Na minha organização ser homem ou mulher não interfere na atribuição de funções.						
3.3. As ideias pré-concebidas sobre homens e mulheres definem a atribuição dos cargos na minha empresa.						
3.4. Determinadas funções são desenhadas para determinado sexo.						
3.5. Os cargos superiores são definidos para o sexo masculino						

### Parte 4 - Equilíbrio entre a vida profissional e a vida familiar \*

4. Atendendo ao departamento / função que desempenha, numa escala de 1 a 5, indique o seu grau de concordância com as seguintes afirmações:

- 1- Discordo Totalmente
- 2- Discordo

- 3- Nem Concordo Nem Discordo
- 4- Concordo
- 5- Concordo Totalmente

NS/NR - Não sei / Não Respondo

	1	2	3	4	5	NS/NR
4.1. O equilíbrio entre a vida profissional e familiar é assegurado. *						
4.2. Os horários de trabalho são flexíveis, de forma a conciliar a vida profissional e familiar.						
4.3. Quando necessário é permitido teletrabalho, para conciliar a vida profissional e familiar.						
4.4. O departamento onde trabalho define dias de teletrabalho por mês.						
4.5. É complicado conciliar a minha vida profissional e familiar.						

### Parte 5 - Teorias da Segregação Sexual \*

5. Atendendo ao departamento / função que desempenha, numa escala de 1 a 5, indique o seu grau de concordância com as seguintes afirmações:

- 1- Discordo Totalmente
- 2- Discordo
- 3- Nem Concordo Nem Discordo
- 4- Concordo
- 5- Concordo Totalmente

NS/NR - Não sei / Não Respondo

	1	2	3	4	5	NS/NR
5.1. Existe um maior número de homens nos cargos superiores.						
5.2. As mulheres encontram-se em posições hierarquicamente inferiores.						
5.3. As mulheres deparam-se com mais obstáculos que as impedem de assumir cargos de poder e autoridade.						

5.4. Existem obstáculos invisíveis que impede a ascensão das mulheres a cargos superiores.						
5.5. A promoção e o desenvolvimento das carreiras são mais lentos para as mulheres do que para os homens.						

## Enquadramento Sociodemográfico

### Idade \*

- Menos de 25
- 26-35
- 36-40
- 41-45
- 46-50
- 51-55
- 56-60
- Mais de 60

### Sexo \*

- Feminino
- Masculino
- Outro
- Não Respondo

### Estado Civil \*

- Casado
- União de Facto
- Divorciado/a
- Viúvo/a
- Solteiro/a
- Não Respondo

### Qual é o seu grau de escolaridade? \*

- 1º Ciclo
- 2º Ciclo
- 3º Ciclo
- Ensino Secundário
- Licenciatura
- Mestrado
- Doutoramento
- Não Respondo

### Completo os seus estudos nas áreas da comunicação? \*

- Sim

- Não
- Não sei / Não Respondo

**Qual é a função que exerce? \***

- Chefe de Departamento
- Gerente
- Membro da Equipa (Colaborador)
- Estagiário
- Outro
- Não sei / Não Respondo

**Há quanto tempo trabalha na empresa? \***

- Menos de 5 anos
- 5-10
- 11-15
- Mais de 15 anos

**Alguma vez foi promovido/a durante o período de tempo que está na empresa? \***

- Sim
- Não
- Não sei / Não Respondo

**Comentários**

---

Obrigada pela sua participação!

Caso esteja interessado/a nos resultados da investigação, deixe no campo abaixo o seu e-mail.

E-mail

---

**\* Resposta Obrigatória**

\* Adaptado do inquérito por questionário da dissertação de mestrado ‘Desigualdades de Género no Mercado de Trabalho: alcance e impactos da Lei das Quotas’, Carolina Silva David, 2020