



rística acentua-se. Mesmo aquelas que se dedicavam ao suado e nada reconhecido trabalho doméstico passaram a reforçar o orçamento da casa e, com muitas habilidades, começaram, inclusive, a empreender.

Apesar do abismo salarial entre os gêneros, as mulheres têm trilhado carreiras, conquistando espaços cada vez maiores no mercado de trabalho e galgado posições hierárquicas dentro das empresas e instituições. Sem reforçar estereótipos entre os gêneros, podemos dizer que muitas mulheres assumem formas de exercer a liderança bem diferentes daquelas presentes na nossa sociedade. “Ao assumirem esses cargos, algumas mulheres desempenham lideranças mais dialógicas, humanizadas e colaborativas. Algumas levam em conta suas vivências de exclusão e exercem seu poder de forma não hierárquica e excludente”, pontua a pesquisadora Suzana Lopes Salgado Ribeiro, doutora em História Social pela USP (Universidade de São Paulo), professora da Unitaú (Universidade de

Taubaté) e mãe do Gabriel.

Por outro lado, ela observa que muitas mulheres vão reproduzir modelos de lideranças que estão por aí. “Tanto porque só conhecem esse modelo, quanto porque o consideram certo. Entender nossa sociedade de forma mais plural é compreender que a diversidade está também dentro de cada uma das categorias identitárias de gênero”, completa.

Trajatória. No restrito universo de mulheres que desempenham cargos de liderança, Adriana Bozon se destaca pela gestão sensível e criativa, sem abrir mão das metas. Diretora de branding do grupo InBrands - que detém marcas como Ellus, Second Floor, Richards, VR, Bobstore e Salinas -, ela sabe que para chegar onde está foi preciso muito preparo e dedicação. “Meu perfil de gestão é o de uma pessoa que está atenta a tudo o que está acontecendo. Acredito na troca, tenho a sorte de ter pessoas especiais ao meu lado, aprendemos diariamente”, afirma a diretora do conglomerado que conta hoje com mais de 1.800 funcionários, 200 deles atuando diretamente no time de Adriana, entre marketing, comercial e engenharia de produto das seis marcas do grupo.

O principal desafio da mulher no mundo corporativo, segundo Adriana, é ganhar espaço e reconhecimento. “Mas ao longo do tempo estamos mudando esse cenário”, completa. “Eu não acredito muito na teoria de que um é melhor do que o outro, acho que nos dias atuais ficou démodé essa competição de gênero, acredito muito no entendimento de valores, e nós mulheres estamos cada vez mais mostrando tudo isso. A Inbrands hoje tem mais mulheres líderes do que homens, e isso aconteceu de forma orgânica, não foi intencional, mas nos dá orgulho reconhecer isso”, afirma.

Para ela, falta senso de visão às empresas que ignoram a presença de mulheres em quadros de liderança. “De observar a realidade, que já mostrou e mostra diariamente”, afirma a diretora do conglomerado que conta hoje com mais de 1.800 funcionários, 200 deles atuando diretamente no time de Adriana, entre marketing, comercial e engenharia de produto das seis marcas do grupo.

Para ela, falta senso de visão às empresas que ignoram a presença de mulheres em quadros de liderança. “De observar a realidade, que já mostrou e mostra diariamente”, afirma a diretora do conglomerado que conta hoje com mais de 1.800 funcionários, 200 deles atuando diretamente no time de Adriana, entre marketing, comercial e engenharia de produto das seis marcas do grupo.