

O custo da maternidade

Quando perguntadas sobre as prioridades para os próximos dois anos,

36%

das mulheres entrevistadas apontam primeiro a segurança material e só

33%

a profissionalização

50%

afirmam ter deixado de lado algumas metas e ambições depois do nascimento das crianças

Estar empregada é um objetivo comum entre mães e não mães

29% e 26% respectivamente,

mas, quando o assunto é empreendedorismo, mulheres com crianças demonstram **três vezes mais** interesse em investir em um negócio próprio:

21% e 8%

47%

das mulheres com filhos e que não trabalham fora de casa concordam totalmente com afirmação de que são boas mães. Entre as que estão trabalhando, apenas

27%

concordam com a mesma afirmação

80%

acham que ser mãe é a maior experiência da vida

Fonte: Market Analysis e WIN

Pesquisa mostra que, para muitas mulheres, ainda é difícil conciliar filhos e metas profissionais

CAMILA MACCARI, ESPECIAL

Quem é mãe costuma dizer que a chegada dos filhos transforma todos os âmbitos da vida – inclusive o profissional. Não porque, de um dia para o outro, todo o investimento em carreira e a busca por formação deixem de fazer sentido em prol daquele novo serzinho, mas, sim, porque as responsabilidades que acompanham o nascimento de uma criança são sempre mais pesadas para as mulheres. A ideia de que a maternidade não precisa afetar a carreira pode ser realidade para um número privilegiado de mulheres. No Brasil, 50% delas afirmam ter deixado de lado algumas metas e ambições depois das crianças.

Os dados são do Instituto Market Analysis que, em parceria com a rede WIN, ouviu 4.933 mulheres do Brasil e de outros oito países da Amé-

rica Latina e concluiu que a percepção da maternidade é ambígua para a mulher latino-americana. Ao mesmo tempo em que simboliza um ideal de realização feminina (cerca de 80% acham que ser mãe é a maior experiência da vida), também aparece como um fator que dificulta à mulher explorar suas potencialidades e manter suas metas profissionais. O número de filhos acentua o sentimento de que é preciso sacrificar a carreira: quem tem mais de dois vê com maior pessimismo as chances de recolocação no mercado de trabalho.

– O mundo profissional pune a maternidade repletando as grávidas e as mães com filhos pequenos, levando a perder o emprego após a licença-maternidade. Ainda assim, nossa sociedade coloca a mãe em um lugar central. Em um contexto de queda vertical da reprodução, hoje estamos abaixo da taxa de reposição popu-

lacional no Brasil, e isso se acentua ainda mais entre as camadas com mais acesso à educação – explica Mariana Goulart, analista de pesquisa qualitativa da Market Analysis e uma das coordenadoras do estudo.

Quando perguntadas sobre as prioridades para os próximos dois anos, as mães apontam primeiro a segurança material (36%) e só depois a profissionalização (33%). Os números apresentam um paradoxo: a falta de tempo, estrutura ou incentivos para priorizar a vida profissional faz com que elas encontrem barreiras para atingir a segurança material que buscam para si e suas famílias. Já entre quem não tem filhos os dados se invertem e a vida profissional é foco de 49%, enquanto a segurança material é o objetivo de 21%.

Dentro da categoria profissionalização, estar empregada é um objetivo comum entre mães e não mães (29% e 26% respectivamente), mas,

quando o assunto é empreendedorismo, mulheres com crianças demonstram quase três vezes mais interesse em investir no negócio próprio (21% e 8%).

– Um importante adendo a ser considerado é o aspecto emocional e o peso que as mulheres sentem ao se afastarem dos filhos. O empreendedorismo surge aqui como uma possibilidade de superar as dificuldades encontradas para entrar e/ou permanecer no mercado de trabalho convencional, ao mesmo tempo em que permite uma realização profissional e potencial proximidade dos filhos – analisa Mariana.

A pesquisa mostra ainda que as mães parecem carregar culpa pela sua profissão: 47% das mulheres com filhos e que não trabalham fora de casa concordam totalmente com a afirmação de que são boas mães. Entre as inseridas no mercado de trabalho, apenas 27% concordam com a mesma frase.