



Glow
Woman Club

adquadratum
arquitectos
ENTREVISTA

contarea
gestores de comunicação

ESSENCIA
COMPLETA
marketing | comunicação | media

CREATI

ESTHER LISKA: «A MULHER PORTUGUESA TEM PERFIL DE LÍDER, SÓ PRECISA DE ACREDITAR MAIS EM SI»

Em dezembro, o Glow Woman Club vai distinguir a 'Melhor Empresa com práticas no Feminino' e a 'Melhor Líder Feminina'. Um prémio que visa distinguir o desempenho exemplar de mulheres em cargos de liderança em Portugal, onde o número continua ainda muito reduzido. *(Algodão)*





ESTHER LISKA: «A MULHER PORTUGUESA TEM PERFIL DE LÍDER, SÓ PRECISA DE ACREDITAR MAIS EM SI»

MOOD // DINHEIRO E CARREIRA



Em dezembro, o Glow Woman Club vai distinguir a 'Melhor Empresa com práticas no Feminino' e a 'Melhor Líder Feminina'. Um prémio que visa distinguir o desempenho exemplar de mulheres em cargos de liderança em Portugal, onde o número continua ainda muito reduzido. O mote para a conversa com Esther Liska, mentora do projeto Glow Woman Club.



O Glow Woman Club vai distinguir a 'Melhor Empresa com práticas no Feminino' e a 'Melhor Líder Feminina'. Porque decidiram criar esta distinção?

Porque a adoção de práticas que promovam um melhor equilíbrio entre a vida profissional e a vida familiar para ambos os sexos, infelizmente, não está ainda generalizada entre a população portuguesa.

Medidas como a flexibilização do horário de trabalho ou a interrupção de carreira, ainda que pouco expressivas, são utilizadas sobretudo pelas mulheres (de acordo com os dados do INE no módulo do Inquérito ao Emprego, 2010, relativo à conciliação da vida profissional com a vida familiar).

Subsiste assim a questão da conciliação entre as várias esferas da vida, domínio no qual as mulheres continuam a ser enormemente penalizadas, porque lhes continua a competir a responsabilidade pelas tarefas domésticas e pelo cuidado às crianças e outros dependentes, tantas vezes agravadas pela árdua tarefa que é a gestão de famílias recompostas.

A desigualdade de género daqui resultante, em termos de esforço, desgaste físico e psicológico e incapacidade para usufruir de tempos de lazer e de participação cívica e cidadã, é, obviamente, lesiva do bem-estar e violadora do princípio da igualdade de oportunidades, sobretudo para as mulheres situadas nos patamares inferiores da escala de rendimentos.

Ao distinguirmos quem já está a por em prática estas medidas serve como combustível para continuar o seu trabalho e por outro lado, divulgar o que já está a ser feito, incentiva outras empresas a seguirem o exemplo.



A desigualdade ainda existente foi o que levou à criação do Glow Woman Club? Conte-nos um pouco da história e dos objetivos desta organização.

O Glow Woman Club é uma organização que promove a liderança no feminino alicerçada em três pilares fundamentais: o networking organizado, o treino de competências e a partilha de experiências. Surgiu como resultado de todas as sinergias que um grupo de mulheres foi criando ao longo dos últimos anos. Tem como principal atividade potenciar o negócio dos seus membros, definir, gerir, planejar e concretizar as atividades das submarcas: Glow Lunch, Glow Branding You, Glow Academy, Glow Network, Glow Test Experts.

O conceito GLOW reflete o meu percurso de vida e os desafios que tive e que acabaram por se tornar oportunidades. Começou na minha adolescência quando tive os meus primeiros desafios causados por falta de autoconfiança. Desde não ter coragem para iniciar uma conversa até não me sentir bem com o meu corpo. Isso criou em mim o desejo de algum dia poder criar uma academia para meninas e jovens que as dotasse de ferramentas para se tornarem autoconfiantes. Nasce assim a Glow Academy, com programas de formação que visam fomentar o crescimento da mulher enquanto líder em todas as áreas da sua vida (trabalho, família, comunidade e como indivíduo) tornando-se num agente de mudança para uma vida mais próspera e feliz e ainda da jovem futura líder para quem são desenvolvidos cursos no âmbito da Glow Academy for Girls (13 aos 17 anos).

No início da minha carreira profissional, trabalhei em Inglaterra numa multinacional onde não me identificava com o trabalho que fazia e foi aí que decidi vir para Portugal, para perto da minha família, para redefinir o meu caminho. Esse momento de “crise” foi a oportunidade para descobrir a minha paixão pelas pessoas e pelo seu desenvolvimento. Aliei a área do Coaching à minha influência venezuelana que se traduz no gosto pelo universo feminino, pela beleza, e criei o conceito da Glow Branding You. A imagem, o que projetamos para o exterior, é também o que temos por dentro. E se algo não está em equilíbrio, o resto também não pode estar. Pretendo que as pessoas se sintam bem tanto por dentro como por fora. Juntei a esta filosofia o meu conceito de marca pessoal: trabalhar o nosso interior mas também o exterior, a forma como transmitimos aquilo que somos, da melhor forma possível e pude então constatar que as pessoas que me procuravam eram mulheres com um determinado perfil. Mulheres profissionais, com cargos e posições de liderança e que também são líderes em casa e em todas as áreas da sua vida.

Desde muito cedo estive ligada a organizações de networking e até cheguei a trabalhar muitos anos com Câmaras de Comércio onde organizávamos os eventos para os associados, mas notava que a participação era sempre maioritariamente masculina. Me apercebi que fazia falta um evento de networking que fosse mais apelativo para as mulheres e que fosse à hora de almoço (que faz parte do horário de trabalho) e não no final do dia (momento mais impeditivo para grande parte das mulheres), e nasceu assim o Glow Lunch. A Glow Network é uma plataforma de networking online que potenciará os negócios e os contactos de todos os membros do clube e o Glow Test Experts visa fomentar protocolos com marcas, empresas e instituições dirigidas ao público feminino que procurem o segmento do Glow Woman Club.

A necessidade de existirem organizações desta natureza é sinal de que ainda muito há para fazer em termos de igualdade de género no mundo empresarial?

O Fórum Económico Mundial prevê que só daqui a 80 anos é que se irá atingir a igualdade de género. Acredito que há muitas mulheres e homens dentro do nosso tecido empresarial que já se aperceberam de que temos que assumir um papel mais ativo para acelerar este processo.

As medidas da Comissão Europeia por si só não são suficientes, precisamos de ações concretas das empresas, de divulgar casos de sucesso, de promover conferências e debates em volta do assunto. De distinguir as mulheres líderes e incentivar que umas ajudem as outras (os homens tradicionalmente escolhem-se uns aos outros para o seu círculo de poder e assim ganham mais vantagem). Desta forma, sim, acredito que iremos atingir a igualdade de género muito mais rapidamente.



Tem estatísticas de mulheres líderes e mulheres empresárias em Portugal?

Em Portugal, nenhuma das empresas do PSI 20 tem uma gestora como CEO e só 34% dos cargos de chefia são ocupados por elas.

Porque é que mesmo nos países considerados desenvolvidos a percentagem de mulheres líderes de organizações continua bem inferior à dos homens?

Eu encontro uma explicação na origem das civilizações. Nas sociedades pré-históricas, o papel social da mulher era bastante valorizado, sendo objeto até de culto na forma de deidades relacionadas à fertilidade, abundância e fartura. Segundo estudos de especialistas, através de impressões de mãos pré-históricas nas paredes das grutas, percebia-se que não havia distinção hierárquica entre as atividades desempenhadas pelos homens (como a caça) e pelas mulheres (como a agricultura), tendo ambas a mesma valoração.

Entretanto, já a partir das sociedades consideradas basilares da civilização ocidental, como as da Grécia e Roma, o papel da mulher na sociedade já havia sido fortemente reduzido em relação ao do homem, de forma que o indivíduo do sexo feminino jamais alcançaria pleno exercício de direitos sociais e políticos permitidos ao sexo masculino.

A mulher portuguesa tem perfil de líder? O que a impede de estar nos lugares de topo?

A mulher portuguesa tem perfil de líder, só precisa de acreditar mais em si. Por vezes, ela própria é o principal obstáculo que a impede de alcançar os lugares de topo. Lembro-me de, uma vez, uma colaboradora de uma empresa na área de marketing estava “preocupada” em assumir um cargo de direção porque não sabia como iria fazer quando tivesse filhos... e na altura nem sequer namorado tinha.

Muitas vezes, a mulher fica para trás na decisão de avançar por medo de não ser suficientemente “boa” para o cargo, mas a maior parte das vezes é tão competente como o outro colega masculino ou até mais.

Ao longo dos últimos 10 anos a trabalhar com mulheres executivas e empresárias, deparo-me com três fatores que mais as impedem de avançar: sentimento de não serem suficientemente boas; medo de serem julgadas/criticadas; e sentimento de culpa.

O que é necessário fazer para reduzir a diferença entre homens e mulheres nos cargos de liderança?

Vejo que existe uma força interior dentro das mulheres que as move a seguir em frente, apesar dos grandes obstáculos e constantes desafios.

Há uma forte componente de espírito de superação e abertura para a aprendizagem. Trata-se de um “mix” único que a mulher consegue reunir em prol dos seus objetivos. A mulher deve começar a investir primeiro na sua marca pessoal (isso não é um privilégio só dos homens!). Nós comunicamos a todo o momento, mesmo sem falar, e são essas mensagens silenciosas que por vezes podem fazer ganhar ou perder uma oportunidade.



Em relação ao empreendedorismo, porque há tão poucas mulheres empresárias em Portugal?

Hoje em dia as mulheres continuam a ter a família e a educação dos filhos a cargo. No nosso país, passam mais 232 minutos a fazer trabalho doméstico não remunerado do que os homens (mais de 2/3 do tempo que eles), segundo dados da OCDE no relatório “Society at a Glance”.

É preciso uma mudança de mentalidade e acima de tudo de nós mulheres, que somos quem damos o exemplo aos filhos (meninos e meninas). Porque é necessário educar os filhos para ter uma sociedade mais justa e equilibrada e isso começa em casa com a distribuição de tarefas de forma equitativa, tratamento e forma de falar.

Estudos revelam que, entre a escola primária e a secundária, a autoestima das raparigas decresce 3,5 vezes mais do que a dos rapazes. De facto, quando se fala em ter ambição associada às “meninas”, o padrão habitual é dissuadi-las de liderar. Quando um rapaz se impõe ou toma o comando de um jogo, chamamos-lhe logo “líder”. No entanto, quando uma rapariga faz o mesmo, corre o risco de ser intitulada de “mandona” ou “autoritária”, palavras que ficam gravadas na mente e atormentam as líderes femininas ao longo da sua vida. Não é por isso de estranhar que na escola, com frequência, as raparigas tenham menos interesse que os rapazes em desempenhar papéis de liderança; uma tendência que continua na idade adulta.

Como a GWC pretende ajudar neste caminho?

Através de todas as iniciativas que oferecemos como por exemplo: eventos de networking, o treino de competências através de formações específicas de liderança para jovens adolescentes que são a geração de relevo assim como a formação para as mulheres adultas onde focamos o programa “Ser líder e Ser Mulher não é um jogo de soma zero”, ou seja, dotamos de ferramentas para vencer os obstáculos que impedem a mulher avançar na sua vida profissional e transformar-se num agente de mudança para uma vida mais próspera e feliz. Oportunidade de partilhar de experiências e de criar uma rede de suporte através dos Peer Groups (grupos de pares).

O que diferencia uma mulher de um homem na forma de conduzir uma empresa?

Definitivamente a sua perceção de si própria como agente de mudança. Ela não tem medo de colocar o status quo em causa se for necessário, e de sair rapidamente da zona de conforto. Preocupa-se mais com a sustentabilidade e em fazer crescer. De facto, um estudo da Forbes Brasil de 2014 indicou que líderes mulheres trazem resultados financeiros melhores para as empresas.

O que ganharia a sociedade com mais mulheres à frente de empresas, seja na liderança seja como empreendedoras?

Aumento da produtividade, pois eliminar barreiras de acesso ao emprego para mulheres e raparigas aumenta a produtividade laboral em 25%. Equilíbrio da dinâmica familiar, pois as mulheres gastam 90% dos seus vencimentos na família. Os homens gastam apenas 30 a 40%. Fortalecimento da economia, porque as mulheres constituem 50% da economia global, e um estudo da OCDE revela que a economia mundial cresceria 12% se houvesse igualdade na liderança. E mais sustentabilidade, pois as empresas geridas por mulheres têm maior consciência sustentável.

Por Sónia Santos Dias