

O Que Se Fala Sobre Diversidade LGBT Na Produção Acadêmica Das Áreas De Comunicação Organizacional e Relações Públicas?

Ricardo Gonçalves de Sales
Universidade de São Paulo, São Paulo/SP

Resumo

A questão da diversidade nas organizações e na comunicação é há alguns anos tema de interesse da academia e do mundo do trabalho. Nem todos os envolvidos, porém, conseguem identificar a origem dessas práticas e é comum que se associe a gênese das políticas de diversidade a iniciativas voluntárias das organizações, desconsiderando os processos históricos, mudanças na sociedade e reivindicações de movimentos sociais. O objetivo deste artigo é apresentar um breve resgate desta discussão e também apontar o que duas das principais revistas acadêmicas brasileiras nas áreas de Comunicação Organizacional e Relações Públicas têm publicado sobre diversidade, observando, de forma mais detida, a temática LGBT.

Palavras-chave

Diversidade nas organizações; diversidade sexual; diversidade na comunicação; LGBT

1. INTRODUÇÃO

A questão da diversidade no ambiente de trabalho e na comunicação tem mobilizado algumas organizações nos últimos anos. A maior presença nas empresas - mas também o registro de algumas ausências - de mulheres, pessoas negras, pessoas com deficiência, população LGBT (Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transexuais e Travestis), diferentes gerações e outros grupos ensejam discussões sobre preconceito e igualdade de oportunidades.

Algumas organizações que atuam no Brasil, atentas a este cenário, têm se articulado para revisar suas políticas de recrutamento e seleção, investir em treinamento, tornar mais plural sua comunicação e aumentar em seus quadros a representatividade de grupos historicamente excluídos. Entretanto, este debate não é novo e tem raízes ainda nos anos 1960, com as demandas de reconhecimento de representantes de grupos minorizados¹, que tomaram as ruas dos Estados Unidos e Europa - sobretudo, embora não exclusivamente.

¹ O termo “minorizados” é utilizado por Ferreira (2006) em substituição a “minorias”. A troca procura acentuar os expedientes político-econômicos que deslegitimam determinados grupos, que, muitas vezes - como é o caso das mulheres e dos negros e pardos no Brasil – constituem a maior parcela da população. Nem sempre são minorias

O objetivo deste artigo é apresentar um breve resgate desta discussão e também apontar o que duas das principais revistas acadêmicas brasileiras nas áreas de Comunicação Organizacional e Relações Públicas têm publicado sobre diversidade, observando, de forma mais detida, a temática LGBT.

DIVERSIDADE NAS ORGANIZAÇÕES

O assunto diversidade nas organizações aparece como interesse da área de administração de empresas há mais de quarenta anos. Em 1978, a *Academy of Management Review*, importante veículo de divulgação científica, publicou seu primeiro artigo sobre o tema (MENDES, 2005). O texto tratava da questão racial e propunha um debate que vinha na esteira das discussões sobre direitos de minorias que aconteciam nos anos 1960, sobretudo nos Estados Unidos e na Europa.

Nos anos 1980, a diversidade começou a ser compreendida como objeto de gestão e surgiram treinamentos específicos, além de questionamentos sobre a representatividade de determinados grupos nas posições de comando nas organizações (DONOVAN; KAPLAN, 2014). Além disso, a partir daquela década, houve associação mais imediata da presença da diversidade nas empresas a incremento de resultados, aumento da criatividade, diminuição do rotatividade e melhora do clima organizacional (THOMAS JR., 2002). Segundo Jamille Pereira (2008), um dos fatores mais relevantes para o surgimento da diversidade como tecnologia de gestão foi o contexto econômico nos Estados Unidos. As políticas neoliberais do governo de Ronald Reagan deram menos atenção às ações afirmativas aprovadas nos anos 1960, o que gerou nas empresas a necessidade de encontrar formas de lidar com o assunto. De acordo com Darcy Hanashiro e Claudio Torres (2010), na década de 1980, a questão passou a ter notoriedade no campo dos estudos organizacionais, e a literatura sobre o tema no contexto das organizações cristalizou-se como uma área de estudo em administração nos Estados Unidos.

Com a virada para os anos 1990 e com o avanço da globalização econômica, as organizações se viram diante do desafio de se relacionar com diferentes públicos, como, por exemplo, empregados das filiais ao redor do mundo, consumidores, fornecedores ou comunidades afetadas por sua atuação. Como pano de fundo, fortaleceu-se o seguinte questionamento: como se relacionar, antecipar demandas e atender expectativas de pessoas

em termos numéricos, mas, também quando o são, têm alguns de seus direitos ignorados, sobretudo por não ocuparem os espaços de poder e de representação social – o que inclui o mercado de trabalho formal.

tão diferentes se o grupo que trabalha na organização não for representativo e capaz de interpretar a diversidade existente na sociedade? Além disso, o avanço das políticas neoliberais gerou uma redefinição do papel do Estado, que passou a convocar parcerias com a iniciativa privada. Esse movimento levou ao fortalecimento do discurso da responsabilidade social, ainda hoje atrelado às práticas de diversidade (TEIXEIRA, 2011). Autores como Taylor Cox (1994), Thomas e Ely (1996) e Thomas Jr. (2002) passaram a publicar livros e artigos, inclusive em periódicos como a *Harvard Business Review*, lançando as bases da diversidade como ferramenta de gestão.

As práticas de diversidade chegaram ao Brasil nos anos 1990, inicialmente em filiais de multinacionais norte-americanas, que passaram a reproduzir localmente as políticas desenvolvidas na matriz (FLEURY, 2000). Na academia, Pedro Jaime (2015) localizou o texto de Maria Tereza Leme Fleury, “Gerenciando a diversidade cultural: experiências de empresas brasileiras”, publicado em 2000 na *Revista de Administração de Empresas*, da Fundação Getúlio Vargas de São Paulo, como um dos trabalhos que deu início às reflexões teóricas na área de administração sobre o assunto no Brasil.

DIVERSIDADE LGBT, COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E RELAÇÕES PÚBLICAS

A temática da diversidade aparecia já em 1992 como um dos Dez Princípios da Comunicação Excelente elencados por James Grunig et al., como resultado do *Excellence Study*, maior estudo já realizado na área de Relações Públicas no mundo

Além de Grunig e seus colegas pesquisadores, o assunto também foi tratado no âmbito da Comunicação Organizacional e das Relações Públicas por Chan (2017), Ciszek (2017), Edwards (2014), Tindall e Waters (2012), entre outros.

Pesquisando a questão LGBT, Chan (2017) aponta que o tema surgiu pela primeira vez associada aos estudos de Comunicação em 1981, com o texto *Gay Male and Lesbian Communication*, de J.W Chesebro. Desde então, nos Estados Unidos, o assunto se institucionalizou no campo da Comunicação e hoje as três principais associações norte-americanas, The National Communication Association, The International Communication Association e The Association for Education in Journalism, contam com divisões de estudos LGBT.

Chan (2017) revisou artigos relacionados à questão LGBTQ² publicados de 2010 a 2015 nos principais periódicos de Comunicação dos Estados Unidos. Entre os 237 trabalhos analisados, o autor observou a predominância das temáticas relacionadas exclusivamente aos gays (21,9%), pessoas trans (10,5%) e lésbicas (8,9%).

Na divisão por regiões geográficas, a América do Norte aparece em primeiro lugar, com 65% dos trabalhos dedicados aos fenômenos de Comunicação e sua associação com a comunidade LGBTQ nos Estados Unidos e Canadá. A América Latina surge em último lugar (0,4%), atrás da África (3,4%) e da Austrália (7,2%).

O objeto de interesse da maior parte dos artigos é a produção audiovisual, a ficção televisiva, as notícias e as redes digitais. O autor não classificou a Comunicação Organizacional e as Relações Públicas, mas existe a possibilidade que elas tenham aparecido nos artigos relacionados com os meios de comunicação e também práticas comunicativas não especificadas (34,6% do total).

A pesquisadora Natalie Tindall (2013) acredita que as questões LGBT têm sido negligenciadas por acadêmicos das áreas de Marketing, Propaganda e Relações Públicas. A autora acredita que estes são subcampos da Comunicação particularmente resistentes a publicar pesquisas sobre o assunto.

Tindall e Waters (2012) utilizaram a teoria *queer* para estudar as trajetórias de carreira de homens gays profissionais de Relações Públicas. Todos os profissionais que participaram da pesquisa compartilharam experiências de preconceito no ambiente de trabalho.

Além disso, reforçaram a existência de opressões apontadas pelos estudos *queer*, como a heteronormatividade dominante nos ambientes organizacionais, e a preocupação com a possibilidade de ver suas carreiras limitadas por conta da orientação sexual.³

A este propósito, mas com o foco na questão de gênero, também refletiram Larissa Grunig *et. al.* (2001) no livro *Women in Public Relations: how gender influences practice*. As autoras estudaram evidências de “teto de vidro”, disparidades salariais e outras questões envolvendo a presença das mulheres no campo das Relações Públicas. Elas também estudaram a correlação entre valores atribuídos por elas ao feminino (como cooperação, respeito, justiça, sensibilidade e intuição) à prática de Relações Públicas.

² Nos Estados Unidos é comum que se utilize a sigla “LGBTQ”, considerando a maior expressão e visibilidade dos estudos/ativismo *queer*.

³ Tindall e Waters (2012) utilizam a expressão “*lavender ceiling*” (teto de lavanda) para explicar as barreiras invisíveis que podem frear a carreira de pessoas LGBT. O termo é uma adaptação do “*glass ceiling*”, o teto de vidro, que costuma ser mencionado nos estudos sobre gênero e mundo do trabalho.

Pesquisando movimentos ativistas, Erica Ciszek (2017) chama a atenção para o seguinte paradoxo: o movimento LGBT nos Estados Unidos elencou conquistas graças ao uso de práticas e técnicas de Relações Públicas para persuadir a opinião pública e a esfera política. Ao mesmo tempo, a área de Relações Públicas, como campo de pesquisa, só recentemente, nos Estados Unidos, passou a dar mais atenção aos estudos que envolvem gênero e sexualidade

A mesma questão havia sido levantada por Mundy (2013), que estudou de que modo organizações a favor dos direitos LGBT conseguiam legitimidade e compreensão dos públicos para os temas que defendiam. O autor percebeu que representantes do movimento LGBT faziam uso de práticas de Relações Públicas, como a comunicação estratégica e as técnicas de *advocacy*⁴ para lidar com a opinião pública.

Lee Edwards (2014, p.5, tradução nossa) aponta que a ideia de diversidade em Relações Públicas costuma estar relacionada a “variedade”, na qual “o nível de diversidade na profissão é determinado pela variedade de públicos que precisam ser atingidos”. Ou seja, existiria a noção de que profissionais “diversos” seriam mais habilitados a traçar estratégias de comunicação com aqueles que compartilham de sua mesma identidade.

Vardeman-Winter e Tindall (2010) já apontavam este fato criticando as limitações de carreira que tal ideia pode representar se, por exemplo, relações-públicas negros forem considerados aptos a dirigir mensagens somente àquelas pessoas de seu mesmo grupo racial.

Edwards e L’Etang (2013) apontam que trabalhos que partem de uma perspectiva *queer* ou LGBT na área de Relações Públicas são escassos. Segundo as autoras, mesmo abordagens feministas ou foucaultianas não superam o binarismo de gênero ou a heteronormatividade.

Entre as poucas publicações sobre questões de gênero e sexualidade no campo das Relações Públicas, está uma edição especial do periódico acadêmico *PRism*, de 2010. Nesta revista, Elmer (2010) apresenta um trabalho autoetnográfico para tratar do papel dos homens numa profissão notadamente feminina. Johnston (2010), por sua vez, aborda como as mulheres relações-públicas são representadas na produção ficcional televisiva, e Fitch e Third (2010) argumentam sobre a necessidade de incrementar as discussões sobre gênero entre acadêmicos e profissionais do campo.

Em relação à produção brasileira sobre diversidade nas áreas de Comunicação Organizacional e Relações Públicas, o tema foi endereçado por Ricardo Gonçalves de Sales (2008, 2017), em monografia de conclusão de curso e dissertação de mestrado, ambas defendidas na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP).

⁴ *Advocacy* é um termo sem tradução precisa em português que identifica o processo de informar e influenciar tomadores de decisão, por meio de conscientização e engajamento de outros atores da sociedade.

Para verificar o enfoque de outros trabalhos na mesma direção, fizemos uma pesquisa nos acervos de janeiro de 2012 a julho de 2020 de duas das principais revistas acadêmicas brasileiras da área, *Organicom*, da ECA/USP, e *Comunicologia*, da Universidade Católica de Brasília.

Nosso percurso consistiu em pesquisar todos os artigos publicados no período mencionado anteriormente nas edições das duas revistas citadas. Quando o título ou as palavras-chave sinalizavam aproximação aos temas de interesse deste levantamento, os textos passavam para a fase de leitura, de modo a identificar se atendiam ou não ao critério desta pesquisa.

Em 2014, a revista *Organicom* teve uma edição especial dedicada ao tema interculturalidade, organizações e comunicação editada por Maria Aparecida Ferrari. Nela, destacamos a entrevista de Krishnamurthy Sriramesh sobre Relações Públicas e multiculturalidade, os textos de Wellington Teixeira Lisboa, sobre fluxos migratórios e empresas brasileiras, e de Pedro Jaime sobre o debate antropológico em torno dos temas cultura e diversidade. Jaime (2014) sinaliza para o fato de que não existem culturas nem organizações já prontas, mas estruturas que se modelam e (re) adquirem significados entre os seus membros a partir do processo de comunicação, inclusive.

No ano de 2018, a referida revista publicou duas edições, uma sobre os Estudos para a Paz e a questão da violência organizacional, e outra sobre as convergências entre Relações Públicas e Marketing na era digital.

Na primeira delas, dois artigos tangenciam a questão da diversidade sexual e de gênero. Alvarez e Ospina (2018) mapearam casos de violência contra pessoas trans na cidade de San Luis Talpa, em El Salvador. Os autores argumentam que o reconhecimento das diferenças é fundamental para a construção de uma cultura de paz. Em outro texto, Santos e Carvalho (2018) abordam a questão da masculinidade no discurso publicitário. A abordagem dos autores não trata especificamente de questões LGBT, mas os temas relacionados a estereótipos de gênero são relevantes para esta discussão, por isso optamos por considerar o artigo neste levantamento.

Na edição seguinte de *Organicom*, publicada no segundo semestre de 2018 sob edição de Raquel Cabral e Maria Aparecida Ferrari, Oliveira e Moreira (2018, p. 86) expuseram trabalho sobre a presença da diversidade nas narrativas institucionais com o objetivo de entender como as organizações estão contando histórias de vida que abordam temas sobre diversidade de gênero, raça e LGBT. A partir da análise de conteúdo de uma campanha publicitária, as autoras concluem que o “uso de storytelling pode ser um recurso estratégico para as organizações dinamizarem o relacionamento com seus interlocutores e construir uma

reputação respaldada nos temas em pauta na sociedade, como a diversidade, que é hoje uma preocupação da gestão.”

No período de 2012 a 2020, a revista *Comunicologia* publicou um texto especificamente sobre a questão LGBT. Em 2018, Libardi analisou reações na internet em relação à campanha *Proud to be*, promovida pelo *YouTube*. Analisando os 20 principais comentários, o autor concluiu que a totalidade deles dizia respeito a discursos de ódio que rejeitavam o vídeo e a plataforma, que reclamavam sobre uma suposta censura do *YouTube* ao desconsiderar alguns *dislikes* e comentários, e outros que, através da ironia, atacavam a população LGBT.

Artigo de 2019 publicado na mesma *Comunicologia* analisava o reposicionamento de marca da cerveja Skol, que havia abandonado narrativas machistas e de objetificação da mulher em prol de um discurso pró-diversidade. Tonidandel, Vouguinha e Almeida (2019) centraram sua abordagem especificamente em uma campanha, que tinha como foco o Dia Internacional da Mulher. No entanto, considerando que a marca tratou também de questões LGBT ao longo de seu período de reposicionamento, citamos o artigo neste levantamento.

Os textos publicados em congressos não foram objeto de nossa análise, que se centrou em duas das principais revistas acadêmicas das áreas de Comunicação Organizacional e Relações Públicas no Brasil. No entanto, quando se observam os eventos acadêmicos, nos últimos cinco anos, houve alguns avanços no debate sobre questões de diversidade.

Apenas no ano de 2018, por exemplo, diversidade foi o tema central do congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação Organizacional e Relações Públicas (ABRAPCORP), a questão de gênero orientou os trabalhos do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (INTERCOM), e a pauta de direitos humanos, com enfoque também na questão da diversidade, norteou os diálogos do Seminário Internacional de Comunicação Organizacional (SICO).

No mesmo ano de 2018, a Intercom iniciou os trabalhos do Grupo de Pesquisa “Estéticas, Políticas do Corpo e Gêneros”, que tem acolhido estudos sobre a questão LGBT, a Compós (Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação) deu início ao Grupo de Trabalho “Comunicação, Gêneros e Sexualidades”, e a ABRAPCORP, aprovou, na mesma época, a criação do Grupo de Trabalho “Comunicação Intercultural e Interseccionalidade”.

Como pode ser observado, a partir deste levantamento, ainda é recente e relativamente pequena, porém, a produção sobre diversidade LGBT associada às áreas de Comunicação Organizacional e das Relações Públicas no Brasil, e as pesquisas existentes estão concentradas em países da Europa e nos Estados Unidos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo tratou de resgatar brevemente a gênese da discussão sobre diversidade nas organizações e apresentar o que duas das principais revistas acadêmicas brasileiras nas áreas de Comunicação Organizacional e Relações Públicas têm publicado sobre diversidade, observando, de forma mais detida, a temática LGBT.

Constatamos que ainda é pequena a publicação de textos sobre o assunto nos periódicos pesquisados. É notável, porém, o maior interesse na temática, como demonstram a criação de grupos de trabalho e a escolha dos temas centrais que orientaram alguns congressos recentes das áreas de Comunicação Organizacional e Relações Públicas.

É positivo que a discussão sobre diversidade tenha ganhado espaço no Brasil nos últimos anos, como demonstram as políticas de algumas organizações e a produção da academia, sobretudo no campo da administração. É preciso, no entanto, que as diferentes áreas da Comunicação intensifiquem a reflexão sobre estes assuntos, de forma crítica e com vistas a colaborar para a efetiva inclusão de grupos minorizados.

Uma agenda de pesquisa particularmente relevante é aquela que parte de uma perspectiva interseccional, articulando as diversas dimensões da diferença. Como proposta complementar ao levantamento que fizemos, sugerimos uma análise bibliométrica dos artigos publicados nos congressos das áreas de Comunicação Organizacional e Relações Públicas.

REFERÊNCIAS

ALVAREZ, Josefina; OSPINA, Erika. Sexualidad y reconocimiento como apuestas a la transformación de la securitización en El Salvador: una reflexión transracional. **Organicom**, n. 28, p. 79 – 88, 2018.

CHAN, Lik Sam. Emergent currents in communications/LGBTQ Studies: a Review of LGBTQ related articles published in communication journals between 2010 and 2015. In: **International Journal of Communication**. N.11, p. 2647 -2668, 2017.

CISZEK, Erika. Public relations, activism and identity: A cultural-economic examination of contemporary LGBT activism. **Public Relations Review**, 2017.

COX, Taylor. **Cultural diversity in organizations: theory, research and practice**. São Francisco, CA: Berrett-Koehler Publishers, 1994.

DONOVAN, Mark; KAPLAN, Marson. ***The inclusion dividend: why investing in diversity and inclusion pays off***. Massachussets: Bibliomotion, 2013.

EDWARDS, Lee. **Power, Diversity and Public Relations**. Abingdon: Routledge, 2014.

_____. L'ÉTANG, Jaques. Invisible and visible identities and sexualities in Public Relations. In: **Coming out of the closet: exploring LGBT issues in strategic communication with theory and research**. Nova York: Peter Lang, 2013.

FERREIRA, Ricardo Alexino. Negro midiático: construção e desconstrução do afro-brasileiro na mídia impressa. In: **Revista USP**, n. 69, p. 80 – 91, Mar/Maio, 2006.

FLEURY, Maria Tereza Leme. Gerenciando a diversidade cultural: experiencias de empresas brasileiras. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 40, n.3, p. 18-25, jul./set. 2000.

GRUNIG, James *et. al.* **Excellence in Public Relations and Communication Management**. Nova Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 1992.

GRUNIG, Larissa *et al.* **Women in public relations: how gender influences practices**. Abingdon: Routledge, 2001.

_____. **Feminist values in public relations**. Journal of Public Relations Research. V. 12, p. 49-68, 2000.

HANASHIRO, Darcy; TORRES, Claudio. Introdução. **Revista de Administração Mackenzie**, São Paulo, v. 11, n. 3, p. 2 -5, maio/jun. 2010.

JAIME., Pedro. Diversidade nas organizações: entre a riqueza cultural e a disputa política. In: **Comunicação, interculturalidade e organizações: faces e dimensões da contemporaneidade**. Porto Alegre: EdiPUCRS, 2015.

_____. Interculturalidade e comunicação nas organizações: reflexões antropológicas e notas para uma agenda de pesquisa. In: **Organicom**. V. 11, n.21, p. 77 -89, 2014.

LIBARDI, Guilherme. “I am proud to hate this video”: o discurso de ódio nos comentários do vídeo #ProudToBe. **Comunicologia**. V.11, p. 76 – 98, 2018.

MENDES, Rodrigo Hubner. **Diversidade Humana nas Organizações: Entre a Teoria Acadêmica e a Prática Empresarial**. Mestrado em Administração. 2005. 106 f. Dissertação (Mestrado em Administração de Empresas. Escola de Administração de Empresas de São Paulo, São Paulo.

MUNDY, Dean E. The spiral of advocay: how state-based LGBT advocacy organizations use ground-up public communicaton strategies in their campaigns for the “equality agenda”. **Public Relations Review**, n.39, p. 387-390, 2013.

OLIVEIRA, Ivone Lourdes; MOREIRA, Jeane. A contação de histórias de vida pelas organizações: a presença da diversidade nas narrativas institucionais. **Organicom**, n. 29, p. 79 – 88, 2018.

SALES, Ricardo Gonçalves de. **Políticas de respeito à diversidade sexual no ambiente de trabalho**: análise das percepções sobre o papel da comunicação em organizações participantes do Fórum de Empresas e Direitos LGBT. 2017. 134 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo.

_____. **Multiculturalismo nas organizações**: o papel das relações públicas na gestão da diversidade. 2008. 98f. Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo.

SANTOS, Sofia; CARVALHO, Alexandre. Violência cultural, masculinidades e publicidade: a campanha “É de homem!” da L’Oréal em Portugal. **Organicom**, n. 28, p. 79 – 88, 2018.

TEIXEIRA, Kamila Cristina da Silva. Discursos e práticas sobre a valorização da diversidade no âmbito empresarial: um estudo de caso. **Gênero**, Niterói, v. 12, n.1, p. 81-108, 2011.

THOMAS, David; ELY, Robin. Making Differences Matter: A New Paradigm for Managing Diversity. In: **Harvard Business Review**. v. 74, n.5, p. 79-90, 1996.

THOMAS JR.; R. Roosevelt From affirmative action to affirming diversity. **Harvard Business Review on Managing Diversity**, Boston, 2002.

TONIDANDEL, Rebeca; VOUGUINHA, Marcela; ALMEIDA, Ana Luisa. Representações do gênero feminino: o (re)posicionamento da Skol na campanha “Repôster”. **Comunicologia**. V. 12, p. 110 – 128, 2018.

VARDEMAN-WINTER, J. TINDALL, N. Toward in interseccionality theory of Public Relations. **The SAGE Handbook of Public Relations**. Thousand Oaks: Sage Publications, 2010.

VASSALO, C. Viva a diferença! **Exame**, n. 722, ed. 18, 2000.