

Diversidade de Gênero nas Organizações: Uma Análise de Publicações para o campo da Comunicação e das Relações Públicas¹

Karen Greco SOARES²
Universidade Federal do Paraná, Curitiba, PR

Resumo

Este artigo apresenta os resultados iniciais de uma pesquisa exploratória de estado da arte que mapeia produções acadêmicas sobre diversidade de gênero (LGBT) nas organizações. Partindo de considerações acerca do uso do estado da arte nas referências de Ferreira (2002) e Romanowski (2006), apresentam-se categorias criadas para a análise dos achados obtidos em três acervos digitais e duas revistas especializadas em Relações Públicas. Buscando entender como tal temática se apresenta nos estudos de Comunicação/Relações Públicas, é problematizada a incipiência da temática na área, que em outros âmbitos de estudo possui maior penetração e abordagem, conforme a análise. São abordadas também algumas tendências de pesquisa (metodologias, referenciais teóricos, técnicas de pesquisa) e fatores que prospectam subsídios a novas análises do ponto de vista da comunicação.

Palavras-chave: diversidade sexual; organizações; estado da arte; comunicação; relações públicas.

Introdução

Nos últimos vinte anos os cenários organizacionais vêm se modificando para abarcar os diferentes movimentos socioculturais e políticos da sociedade. Impulsionados por lutas sociais como as de gênero, raça e etnia, que efervescem desde a década de 1960, o que se percebe é uma construção, ainda recente, de produções simbólicas que buscam por uma valorização de minorias identitárias no interior das organizações. Essas minorias, aqui reconhecidas como as identidades sexuais e de gênero (minorias LGBTs), são, portanto, os sujeitos que passam a receber uma nova locução por parte das organizações. Essa locução é observada desde estratégias internas e externas de comunicação, a políticas de comportamento e comunicação organizacional, tais como manuais, cartilhas e planejamentos estratégicos, que vão afetar distintivamente a representação desses sujeitos nos contextos organizacionais.

¹ Trabalho apresentado no GP Relações Públicas e Comunicação Organizacional do XVI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná, email: karenqxx@gmail.com.

Os programas de gestão da diversidade surgem, assim, em matrizes de empresas norte americanas nos anos 1980 como um desdobramento das políticas de ações afirmativas adotadas alguns anos antes (FLEURY, 2000). E no Brasil essas práticas chegaram em 1990, inicialmente em filiais de multinacionais norte americanas, que passaram a reproduzir localmente as políticas desenvolvidas na matriz. Cada vez mais, as empresas começam a trabalhar na elaboração de estratégias que harmonizem lucro, práticas organizacionais e justiça social, incluindo minorias relacionadas ao público LGBT (lésbicas, gays, bissexuais, travestis, transexuais e transgêneros) afim de tornar o ambiente de trabalho mais democrático (SARAIVA e IRIGARAY, 2009).

Se, por volta do séc. XVIII, a questão da sexualidade era mais difícil e custosa para as organizações, sendo caracterizada por proibições, interdições e silêncios que reduziram os discursos da sexualidade a um controle rigoroso da sua livre circulação nas práticas institucionais (principalmente levada a cabo por organizações dominantes à época, como a Igreja Católica) como Michel Foucault (1988) aponta; a contemporaneidade vê uma eclosão da temática já não tão cercada dessa lógica restritiva que a acompanhou pelos séculos, sendo palco de um intenso investimento nesse segmento como público de valorização, tendo eloquência e circulação em diferentes formatos, plataformas e meios.

Essa nova visibilidade e inclusão reflete na produção acadêmica que, a partir dos últimos dez anos, pelo menos, tem lançado um olhar científico para as problemáticas e novos desafios que surgem junto com o reconhecimento gradual desses sujeitos. Os estudos gays, feministas, de gênero e sexualidade são campos que se abrem para a problematização desta temática. Notoriamente, no campo da Comunicação, os sujeitos LGBTs também passam a ganhar espaço como objetos de estudo, ou como sujeitos de pesquisa, quando levados a cabo pela ocorrência (que anteriormente era praticamente nula), de sujeitos não heterossexuais em telenovelas, filmes, seriados e programas de TV. A ocorrência destes também no cenário jornalístico e na publicidade, seja como atuação profissional ou público, também reforça a visibilidade dos mesmos no cenário da pesquisa em Comunicação no Brasil.

Tendo em vista essa crescente visibilidade, este estudo tem por objetivo trazer algumas reflexões iniciais de um estado da arte sendo realizado sobre a produções científicas acerca da diversidade sexual nas organizações na área da comunicação. O artigo,

que é um recorte desse estudo em andamento, apresenta uma revisão do conceito e da metodologia de estado da arte, posteriormente apresenta as categorias criadas para a análise e algumas das reflexões já realizadas. O interesse em versar sobre o estado da arte neste trabalho se dá pela possibilidade de contribuição deste tipo de análise para a área da comunicação organizacional e das relações públicas.

1. Estado da arte: revisitando investigações

Um estado da arte ou estado da questão é um método de pesquisa que se caracteriza como uma revisão sistemática e organizada sobre a produção de determinado tema em uma área de conhecimento. Essa análise visa identificar principais tendências teóricas, metodológicas e abordagens que estão sendo utilizadas, com vistas à compreensão do que se produz. Em um estado da arte, leva-se em conta algumas variáveis: área de conhecimento, períodos cronológicos, espaços, formas e condições de produção (FERREIRA, 2002; ROMANOWSKI, 2006; SILVA, CARVALHO, 2014).

O estado da arte também é observado como uma “metodologia de caráter descritivo da produção acadêmica e científica”, que a partir de categorias e sistematizações lança luz sobre trabalhos acadêmicos como artigos publicados em periódicos, anais de eventos, dissertações de mestrado e teses de doutorado produzidos sobre determinado assunto. (FERREIRA, 2002).

Essa análise detalhada das pesquisas realizadas em uma determinada área do conhecimento tem-se posto como um desafio, pelo menos nos últimos quinze anos no Brasil. Segundo Ferreira (2002, p. xx), são pesquisas em muito motivadas por uma “sensação de não conhecimento acerca da totalidade de estudos e pesquisas em determinada área, e consequência do crescimento quantitativo e qualitativo e da pouca divulgação sobre uma certa produção acadêmica”, e é essa busca pelo olhar na totalidade que faz do estado da arte um estudo que apresenta desafios, pela diversidade de abordagens que tal tenta agrupar.

Entretanto, Slongo (2004) apresenta o estado da arte como uma metodologia necessária na atualidade, como meio de analisar o aspecto quantitativo – o significativo crescimento numérico das pesquisas nos últimos quinze anos – e um aspecto qualitativo – a diversidade de enfoques que as pesquisas demandam.

Nesse sentido, algumas características tomadas como elementares para a construção de um estado da arte são a escolha dos recortes: o temporal e espacial, que referem-se a concepções de acordo com determinados contextos culturais, sociais, políticos e econômicos; o recorte temático, que define o assunto que se busca mapear, possibilitando aos pesquisadores realizar análises aprofundadas de aspectos que podem só serem vistos em um âmbito macro; e os catálogos de busca, ou seja, as plataformas as quais estarão disponíveis os documentos para análise. Nesse caso podem ser catálogos de faculdades, institutos, universidades, associações nacionais e órgãos de fomento da pesquisa (FERREIRA, 2002).

Os catálogos são essenciais como fonte de busca documental, pois, segundo Ferreira (2002, p. 260) atendem aos seguintes critérios:

São organizados pela idéia de acumulação – reunir tudo o que se tem de avanço da ciência em um único lugar; pelo fascínio de se ter a totalidade de informações – dominar um campo de produção de um conhecimento, visão absoluta de poder; pela possibilidade de otimização da pesquisa – ganhar tempo, recuperar velozmente informações, com menor esforço físico; pelo mito da originalidade do conhecimento – pesquisar o que não se conseguiu ainda, fazer o que ainda não foi feito; pela imagem de conectividade – estar informado com tudo que se produz em todos os lugares.

Ainda nessa linha, um estado da arte é a pesquisa em que o investigador produz uma reflexão acerca dos achados, ou seja, prospecta tendências, estabelece diferenças, comparações e lacunas acerca dos estudos mapeados. Nessa etapa do estado da arte

O pesquisador se pergunta sobre a possibilidade de inventariar essa produção, imaginando tendências, ênfases, escolhas metodológicas e teóricas, aproximando ou diferenciando trabalhos entre si, na escrita de uma história de uma determinada área do conhecimento. Aqui, ele deve buscar responder, além das perguntas “quando”, “onde” e “quem” produz pesquisas num determinado período e lugar, àquelas questões que se referem a “o quê” e “o como” dos trabalhos (FERREIRA, 2002, p. 56).

É nesse momento que há uma dificuldade maior no estudo, pois dependendo da fonte de análise, podem ocorrer limitações, como por exemplo, a escolha da análise apenas de resumos que não expressam na sua totalidade o que é a pesquisa e todo seu conteúdo. Nesse sentido, um aspecto a ser salientado é a necessidade de uma postura de distanciamento de pesquisa por parte do investigador, pois o que é encontrado deve ser

tratado com rigor de análise, para garantir a não distorção de dados e amostras, garantindo confiabilidade aos leitores que serão subsidiados por tal pesquisa.

De toda forma, é um método de pesquisa bastante utilizado como subsídio e referência a compor dissertações, teses e projetos de pesquisa diversos, principalmente quando o objeto de estudo possui uma polissemia de abordagens e enfoques, que dificultam ao pesquisador sobre escolhas teóricas e metodológicas.

Para este estudo, escolhe-se como recorte temporal os anos de 2008 a 2015, tendo em vista que já existem estudos de estado da arte sobre a temática das sexualidades na comunicação nos anos anteriores (PERUZZO, 2002; RODRIGUES e LAZARIN, 2013); a escolha da temática das publicações a serem pesquisadas é a da diversidade sexual nas organizações, por ser a temática de estudo da dissertação da autora; e os catálogos de busca escolhidos para compor a análise foram: Banco de Teses e Dissertações da CAPES, BDTD (Biblioteca Digital de Teses e Dissertações), Portal Domínio Público (Biblioteca Digital do Governo Federal), Revista Internacional de Relaciones Publicas e Organicom (Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas).

2. Mapeamento das produções, categorias metodologias e análises

Nos bancos de dados foram buscadas as seguintes palavras-chave: “diversidade de gênero nas organizações”, “gênero nas organizações”, “diversidade sexual nas organizações”, “sexualidade e organizações”, “minorias e organizações”, “diversidade nas organizações”. Dessa forma, foram eliminados trabalhos que não correspondiam à temática voltada às organizações. Salienta-se que há uma considerável produção acerca da diversidade sexual e de gênero na mídia, na política e na publicidade, entretanto, quando voltada para as organizações, o número de produções é reduzido. Foram eliminadas também as repetições em cada plataforma e mapeados somente os trabalhos relacionados à temática correspondente aos anos de 2008 a 2015.

Fez-se, também, uma busca em duas das principais revistas de Relações Públicas e Comunicação Organizacional: a Revista Internacional de Relaciones Publicas e a Organicom, tendo em vista o baixo número de trabalhos encontrados da área da comunicação.

Dessa maneira, foram mapeados 272 teses e dissertações defendidas, 02 monografias e 02 artigos científicos, com maior ocorrência principalmente durante os anos de 2012 a 2014. Dessas 272, o número de trabalhos que abordam diretamente a questão da diversidade LGBT nas organizações foram 65. Entretanto, desses 65, somente 05 trabalhos encontrados eram da área da Comunicação.

Quadro I – Ocorrência de trabalhos com a temática diversidade sexual nas organizações separados por área do conhecimento.

Administração	22
Saúde Pública	2
Ciências da Religião	2
Letras	2
História	1
Políticas Públicas	5
Enfermagem	1
Educação	16
Sociologia	3
Extensão Rural	2
Psicologia Social	3
Comunicação	4
Direito	2

Fonte: Autora deste trabalho, 2015.

Desses 65 trabalhos, a área que mais publicou teses e dissertações relacionados à temática diversidade nas organizações foi na Administração, com um total de 22 trabalhos, seguida pela área da Educação, com 16 trabalhos listados. Na área da Administração, os trabalhos relacionavam, em sua maioria, temáticas como: liderança da mulher nas organizações, a atuação de mulheres no terceiro setor, representações de gênero na cultura organizacional de organizações religiosas, e gestão da diversidade em grandes companhias.

Já no tocante à área da Educação, os trabalhos privilegiavam temáticas relacionadas à construção das identidades de gênero em currículos escolares, na educação infantil, propostas de políticas educacionais pela valorização da diversidade e estudos sobre sexualidade no ambiente escolar. As metodologias mais recorrentes, em ambas as áreas,

tratavam-se de estudos de caso, teoria das representações e, em alguns casos, análise do discurso. Seguidos a estes, tem-se a área Políticas Públicas como a terceira com maior ocorrência, contando com 5 trabalhos, seguidos pela então área da Comunicação, com 4. A seguir, apresenta-se o quadro completo com o número de trabalhos relacionados a cada área de ocorrência.

No tocante à área da Comunicação, que neste estudo é a que mais interessa, vale salientar que, dos quatro trabalhos identificados, somente um foi encontrado no banco de Teses e Dissertações da CAPES, sendo uma dissertação de mestrado. Dos outros três identificados, dois foram mapeados em busca realizada na revista especializada em Relações Públicas, a Revista Internacional de Relaciones Publicas, dada a parca ocorrência de trabalhos entre Teses e Dissertações. Os dois artigos encontrados relacionavam diretamente o tema procurado: um sobre o público LGBT nas organizações e as possibilidades de atuação dos profissionais de relações públicas, datado do ano de 2015, e outro sobre a perspectiva de gênero nas relações públicas empresariais, datado do ano de 2011.

Vale também ressaltar que foi realizada uma busca com as palavras-chave elencadas na revista *Organicom* (Revista brasileira de Relações Públicas e Comunicação Organizacional), sendo verificada a inexistência de trabalhos diretamente relacionados à temática procurada. Nesta busca, foram encontrados trabalhos sobre diversidade na perspectiva das interculturalidades e movimentos transnacionais, não havendo ligação com a questão das identidades de gênero e sexuais. Também foi realizada, na busca de uma abrangência maior de investigação, pesquisas pelas temáticas de responsabilidade social, comunicação organizacional e comunicação institucional nos bancos de dados analisados, com o objetivo de mapear mais trabalhos com um possível enfoque nas sexualidades de gênero, porém só houve a ocorrência de um listado, que abordava a questão de mulheres trabalhadoras na perspectiva da comunicação institucional. No mais, não houve ocorrência de trabalhos, ao menos de uma forma direta – e segundo as palavras-chave buscadas –, abordando o tema procurado.

2.1. Características dos trabalhos:

Os trabalhos encontrados foram submetidos a uma análise por meio de seus resumos e agrupados por algumas semelhanças e diferenças de abordagem, que nesse estado da arte

dividem-se em quatro grupos: 1) diversidade sexual como parte da cultura organizacional; 2) como estratégia, 3) como processo identitário e 4) como organizador das relações de trabalho. Salienta-se que estas categorias ainda estão em construção e a análise que se traz nesse estudo são as inferências iniciais até o momento realizadas. Também vale dizer que, por não estarem todas as produções analisadas, não traremos o número de trabalhos de cada subgrupo.

O primeiro grupo abrange os trabalhos que observam o fenômeno da diversidade como processo que é parte da cultura organizacional das empresas, voltado para uma perspectiva de gestão de relacionamentos, que ocorre mais ao interior das organizações. Já o segundo lança luz sobre os trabalhos que versam sobre a diversidade como uma estratégia de gestão da marca das organizações, que reflete diretamente na imagem organizacional e pode ser um diferencial competitivo no mundo globalizado. No terceiro grupo estão os trabalhos que partem de uma análise de percepção das minorias no interior das organizações, como esses sujeitos se percebem e são percebidos pelos seus colegas. Por fim, o último subgrupo abrange os trabalhos que abordam a questão da mulher no ambiente organizacional, as relações de gênero que se estabelecem e as formas de opressão que são reforçadas ou rompidas no âmbito organizacional, bem como a representatividade feminina em cargos de alta gestão.

3.1.1. Diversidade de gênero como parte da cultura organizacional

Nesse grupo estão os trabalhos que tendem a observar a diversidade de gênero nas organizações como um processo da cultura organizacional, que pode contribuir nas políticas de recursos humanos, fomentar um clima harmônico e mais respeitoso nas organizações. Possuem o foco na análise da gestão de pessoas, dos processos internos organizacionais.

Há uma forte percepção de que as ações organizacionais de diversidade sexual não podem atender as demandas e expectativas dos trabalhadores, pois os próprios sujeitos beneficiários dessas políticas não são ouvidos internamente. A maioria desses trabalhos parte de área da Administração, no entanto, nota-se que a principal questão a ser discutida como problema da pesquisa é um problema de comunicação, este entre os gestores e os funcionários LGBTs, ou seja, da escuta desses sujeitos, em que a construção das ações de diversidade passem por eles. São análises que se utilizam, no geral, de técnicas de entrevistas individuais e em grupos, com imersão do pesquisador(a) em duas ou três

empresas, realizando comparativos entre elas. Foram encontradas, seguindo essa perspectiva um total de 07 dissertações de mestrado e 03 teses.

3.1.2. Diversidade de gênero como estratégia

Nesse grupo encontram-se trabalhos que, ao contrário do tópico anterior, observam ações de diversidade sexual como diferencial competitivo e que agrega valor a marca das organizações. As teorias que fundamentam essas pesquisas referem-se ao campo da diversidade cultural, gestão da diversidade sexual, focadas no processo administrativo. São em sua maioria pesquisas de caráter qualitativo, biográfico e exploratório e buscam a entrevista de gestores sobre a sua percepção acerca da necessidade da criação de estratégias para este novo público, bem como na entrevista em experiências profissionais e organizacionais de sujeitos LGBTs para a criação dessas estratégias.

Nessas pesquisas, o foco é a exposição da diversidade como um aspecto positivo de comunicação externa, com vistas a uma melhor inserção da organização nas demandas sociais da atualidade.

3.1.3. Diversidade de gênero como processo identitário nas organizações

Nesse grupo, a principal característica é uma investigação que prima pelo entendimento do que é ser LGBT no âmbito de trabalho e como estes são vistos por seus colegas de trabalho. São trabalhadas as concepções da diversidade da alta administração e como essas são partilhadas pelos gestores e pelos profissionais responsáveis pelas políticas de diversidade e demais funcionários das organizações. As principais concepções teóricas são baseadas em uma perspectiva pós-estruturalista, realizando alguns diálogos com teóricos do reconhecimento, da justiça social. Encontram-se nesse grupo trabalhos da área do Direito, da Educação, da Administração e também da Comunicação. As principais abordagens metodológicas são de revisão bibliográfica, estudo de caso, entrevista por pauta, semi-estruturada e questionário.

3.1.4. Diversidade de gênero como organizador das relações de trabalho

São privilegiadas as pesquisas que possuem o foco nas políticas, ações que valorizam a presença da mulher em âmbito organizacional, tencionando aspectos como as hierarquias e divisão sexual do trabalho, com o foco em denúncias de opressões de gênero e

a relegação de cargos inferiores a mulheres. Bem como, a ascensão das mulheres em cargos de alta gestão e as mudanças que decorrem nas organizações tendo em vista esse novo cenário. São abordados referenciais teóricos com o foco nos estudos feministas e de gênero, bem como a utilização de técnicas de pesquisa de análise de conteúdo, discurso e entrevistas em profundidade.

3.2. O cenário da Comunicação Organizacional e Relações Públicas

A partir dessas características e não negando o crescimento da discussão da temática nas diversas áreas das ciências sociais, observa-se que, ainda assim, a dimensão comunicativa dos processos que abrangem o fenômeno da diversidade sexual nas organizações permanece pouco explorado, exemplo disso é a pouca produção encontrada, apenas 05 trabalhos em um universo de anos explorados.

Entretanto, em cada um dos quatro subgrupos é possível encontrar trabalhos que apontam para um processo comunicativo, ou até mesmo inexistência dele, que gera uma falha no gerenciamento da diversidade:

No primeiro grupo é denunciada a dificuldade da implantação de um meio que possibilite ao funcionário LGBT o contato com os profissionais de gestão, o que garantiria a sua participação no processo de criação de ações e de políticas de diversidade. No segundo, há um processo comunicativo voltado ao subjetivo, à construção da identidade, que pode ser associada aos símbolos expressos pelas organizações e as percepções dos sujeitos desses símbolos, que devem estar em consonância com o que os sujeitos pensam acerca de si próprios e garantir uma representação que rompa a norma.

Já no terceiro agrupamento, a característica da estratégia pode ser facilmente associada aos processos comunicativos da comunicação organizacional. E no último subgrupo, a noção de uma comunicação como interventora, que possibilita a abertura de canais de representatividade e de reconhecimento de mulheres, que ainda tem a necessidade de uma comunicação diretamente relacionada ao gerenciamento de crises em casos de machismo nas organizações.

Nesse sentido, é possível entender que a gestão da diversidade nas organizações possui espaço para uma análise do ponto de vista da comunicação. Os trabalhos

encontrados da área da Comunicação compreenderam um número reduzido ao que se esperava do estado da arte. Atribui-se esse número reduzido ao próprio recorte organizacional e o recorte da diversidade de gênero, temática vista por muito tempo na academia como um tabu ou prática de militância.

Quadro II – Trabalhos sobre a temática procurada dentro da área da Comunicação

Patrícia Guimarães Gil	Vendedoras de sentidos: entre trajetórias de trabalhadoras e a comunicação institucional Patrícia Guimarães Gil, 2007. Dissertação.	2007
Edelmira Romero Quintero	La perspectiva de género em las Relaciones Públicas empresariales: estudio comparativo de la presencia de mujeres empresarias en prensa. Artigo.	2011
Felipe Franklin Anacleto; Júlio Afonso de Sá Pinho	As organizações e o público LGBT: perspectivas de atuação para o profissional de relações públicas. Revista Internacional de Relaciones Publicas, 2015. Artigo.	2015
Felipe Franklin Anacleto	O papel do profissional de relações públicas na gestão do relacionamento com o público lgbt nas organizações, 2014. Monografia.	2014
Mariana pazzine da silva	Mulher e poder: percepções de líderes femininas nas organizações. Monografia.	2014

A seguir, apresentam-se as análises realizadas de três deste cinco trabalhos:

A dissertação de mestrado de Gil (2007) trata-se de uma aproximação da linha dos estudos de recepção com a comunicação institucional, tendo a figura da mulher como ponto de intersecção entre as temáticas. A pesquisa relacionou as estratégias de produção da empresa para o seu próprio programa de televisão com as lógicas de uso e apropriações das trabalhadoras mulheres. O trabalho, em sua perspectiva comunicacional, apresenta, portanto, o espaço de tramas de relações sociais e midiáticas existentes entre a organização e seu público, no que diz respeito à negociação da empresa pela produção de sentido em torno da marca e do produto com suas colaboradoras.

A pesquisa utilizou como técnicas de coleta a entrevista em profundidade e entrevista semi estruturada. Como referencial teórico, foi observada uma discussão acerca das organizações e da comunicação organizacional na atualidade, bem como a teoria das mediações de Jesus Martin-Barbero, sem passar, de forma direta, pelos estudos de gênero.

A referência à temática de gênero ocorre no momento da análise relatando as formas de mediações e construções de gênero prospectadas pelas mulheres a partir da mediação da comunicação institucional da empresa. Ainda que, sem passar por uma perspectiva dos estudos de gênero com um enfoque principal, este trabalho realiza uma aproximação proveitosa para o cenário das organizações, pois promove o debate sobre a construção de uma identidade de gênero a partir de processos comunicacionais específicos de uma organização. Este trabalho está dentro da categoria diversidade como processo identitário das organizações.

No artigo de 2011, *La perspectiva de género em las Relaciones Públicas empresariales: estudio comparativo de la presencia de mujeres empresarias en prensa* encontrado pela busca na revista Internacional de Relaciones Publicas, a abordagem também favorece a perspectiva do gênero relacionada ao objeto de estudo “mulher” em âmbito empresarial. Tratado de forma direta à temática procurada – um cenário de organizações –, este estudo comparou com dados qualitativos e quantitativos a não representatividade nos meios de comunicação do aumento da presença das mulheres no âmbito empresarial, e como as estratégias de relações públicas podem ser aproveitadas para trabalhar a inclusão dessa perspectiva de gênero no cenário midiático de uma forma não tão estereotipada, especialmente no que diz respeito à imagem da mulher empreendedora.

No trabalho é problematizado o status diferencial dos homens empresários e das mulheres empresárias no âmbito midiático, que não condiz estatisticamente ao recente crescimento de mulheres empreendedoras, segundo um estudo comparativo de dados fornecidos pelo The Guardian sobre mulheres empreendedoras e uma análise em textos de jornais e revistas em âmbito europeu. A partir da metodologia de análise de conteúdo, foram elencadas categorias como títulos, fotos, disposições da abordagem e enquadramento, e sessões específicas para análise nos textos dos jornais: opinião, sessões nacional, internacional, economia, sociedade e cultura, editorial e especiais.

A partir desse corpus e método, foi identificado que a representatividade de mulheres empresárias é inferior a de homens empresários nos canais midiáticos, e que parte disso se dá pelo fato de que, ainda, são os empresários que mantêm uma relação com os canais midiáticos, afirmando assim, no texto, a autora, que parece existir uma clara relação

entre a política de Relações Públicas, tanto formal como informal, com as pessoas que dirigem as empresas e sua presença midiática nesses.

Dessa forma, segundo o texto, trata-se de um espaço que pode ser reconfigurado por uma prática de relações públicas que esteja atenta a esta dinâmica, a fim de promover, através de seus instrumentos e estratégias, um reposicionamento do status da mulher empresária no cenário midiático, que esteja mais próximo da realidade atual e de acordo com os pressupostos de igualdade de gênero no âmbito midiático. Tal trabalho, que está no quarto subgrupo de análise, o da diversidade como organização do trabalho, tem em sua dimensão comunicacional, portanto, a perspectiva das representações midiáticas em diálogo com técnicas de relações públicas, de forma específica e direta.

O último trabalho e mais recente, datado do ano de 2015, aborda como questão central, as minorias sexuais LGBTs. Vistos como novos públicos no contexto das organizações, o artigo busca analisar como o profissional da área pode contribuir na gestão do relacionamento com o público LGBT, no que diz respeito à valorização destes indivíduos e combate a homofobia institucional, termo que, vale dizer, até então não havia sido mencionado por nenhum dos outros trabalhos pesquisados.

A partir de uma análise que identificou denúncias de homofobia institucional em um estado brasileiro, o estudo mapeou como as organizações da sociedade civil atuam em prol desse público e quais as possibilidades de intervenção do profissional de relações públicas neste contexto. O estudo levanta dados sobre o histórico e constituição do movimento LGBT, bem como sua recente visibilidade nos cenários midiáticos e políticos. O referencial parte de um diálogo com as teorias clássicas de relações públicas, pleiteando uma linha de argumentação que identifica as ações de relações públicas como pertinentes ao combate dos crimes de homofobia institucional identificados pelo corpus da pesquisa.

A linha de raciocínio que privilegia a comunicação neste processo, de forma parecida com os outros trabalhos encontrados, é a que procura perceber quais os novos processos comunicativos que se originam das diferentes interações que estas minorias sexuais e de gênero realizam com as organizações. De acordo com os trabalhos encontrados, são análises que possuem vigor teórico e possibilidades abrangentes de cenários de investigação, variando de uma abordagem que tangencia o comunicacional, com o cultural e o político, em eixos de constante intersecção. Especialmente para as

relações públicas, trata-se de um espaço profícuo de discussão que desponta com uma produção acadêmica ainda a ser bem desenhada e lapidada pelos próximos anos.

Considerações

Este estudo teve por objetivo apresentar reflexões iniciais e algumas perspectivas sobre a inserção da temática da diversidade sexual nas organizações nos estudos de comunicação e das relações públicas. Um estado da arte é caracterizado pelo desafio de reunir facetas distintas de um determinado objeto, à luz de diferentes abordagens, olhares e perspectivas, longe de estancar quaisquer conclusões sobre o tema e metodologias adotadas.

Nesse sentido, nota-se que o percurso cronológico da incidência da temática da diversidade nas pesquisas em comunicação no Brasil é recente, cerca de 10 anos desde suas primeiras aparições, o que já configura um campo ainda sem tradição ou consolidado como outras linhas de estudo. Porém, quando o recorte passa a serem as organizações, a produção acadêmica é ainda mais reduzida, cinco trabalhos somente foram encontrados com a pesquisa realizada. Fatores como a própria discriminação e perspectiva negativa que a temática tem – de ser comumente vista como tabu – podem ser entendidos como condicionantes para a sua tardia inserção dentro da área, assim como a sua frequência instável e ínfima nos períodos analisados.

Entretanto, com a apresentação das categorias e análise dos trabalhos encontrados, prospecta-se um espaço de produção especialmente para as práticas e técnicas em relações públicas, pois, nas pesquisas encontradas, as principais dificuldades na implementação e desenvolvimento das políticas, ações e programas de diversidade LGBT nas organizações é atravessada por problemas de ordem comunicativa, como a ausência de canais, meios e ferramentas que promovam um diálogo da organização com esses sujeitos, tanto externa quanto internamente. Os estudos em Comunicação Organizacional, ao que parece, ainda não notaram o debate teórico proveitoso que tal articulação pode fornecer.

Os trabalhos analisados apresentam, ainda, indícios de formulação ou reformulação de práticas com vistas a abranger este novo segmento, novas estratégias de comunicação e novas formas de interação, bem como novas lógicas de divisão do trabalho e cargos de gestão, o que pode respingar em reflexões sobre as práticas a serem desenvolvidas para mediar essas interações e qual profissional que deve estar apto a atuar nesse cenário.

As identidades sexuais e de gênero da atualidade, quando passam a ter visibilidade, produzem assim novas lógicas de estar. Invariavelmente, os espaços de interlocução destes sujeitos, como as organizações, também realocam suas lógicas de mediar produtos, símbolos e imagem. Entender estes novos significados e mediações que surgem, seja na perspectiva dos sujeitos ou das organizações, é uma lacuna a ser preenchida. Trata-se de um debate emergente e atual que se abre para novas pesquisas.

REFERÊNCIAS

ALVES, M; GALEÃO-SILVA, L. **A crítica da gestão da diversidade nas organizações.** RAERevista de Administração de Empresa, v.44, n.3, p. 20-29, 2004.

COSTA, Felipe Franklin. PINHO, Júlio Afonso de Sá. **As organizações e o público LGBT: perspectivas de atuação para o profissional de relações públicas.** Revista Internacional de Relaciones Publicas, Vol 5, n. 9, 2015.

COSTA, Felipe Franklin. **O papel do profissional de relações públicas na gestão do relacionamento com o público lgbt nas organizações.** Centro de Comunicação, Turismo e Artes, UFPB, 2014.

FERREIRA, Norma Sandra de Almeida. **As pesquisas denominadas “estado da arte”.** Educação & Sociedade, São Paulo, ano 23, n. 79, p.257-272, ago. 2002. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/es/v23n79/10857.pdf>.

FLEURY, Maria Tereza Leme. **Gerenciando a diversidade cultural: experiências de empresas brasileiras.** Revista de Administração de Empresas. São Paulo, 40 (3): 18-25. Jul./Set. 2000.

FOUCAULT, M. **História da Sexualidade I: a vontade de saber.** Rio de Janeiro: Edições Graal, 1988.

GIL, Patrícia Guimarães. **Vendedoras de sentidos: entre trajetórias de trabalhadoras e a comunicação institucional.** Escola de Arte e Comunicação, USP, São Paulo, 2007. Dissertação.

GOIS, João Bosco Hora. **Desencontros: As relações entre os estudos sobre homossexualidade e os estudos de gênero no Brasil.** In CARVALHO, Marie Jane Soares e ROCHA, Cristianne Maria Famer (orgs.) Produzindo Gênero. Porto Alegre: Editora Sulina, 2004.

PERUZZO, Círcia M Krohling. **Em busca dos objetos de pesquisa em comunicação no Brasil.** In: Weber, Maria Helena; Bentz Ione; Hohlfeldt, Antonio. Tensões e Objetos: da pesquisa em comunicação. Porto Alegre: Sulina, 2002. 296 p.

RODRIGUES, André Iribure. LAZARIN, Lucas Roecker. **O estado da arte dos estudos das homossexualidades nos Programas de pós-graduação em comunicação, de 1992 a 2008.** Seminário Internacional Fazendo Gênero 10 (anais eletrônicos). Florianópolis, 2013.

ROMANOWSKI, Joana Paulin; ENS, Romilda Teodora. As pesquisas denominadas do tipo “estado da arte” em educação. Diálogo Educ., Curitiba, v. 6, n. 19, p. 37-50, set./dez. 2006. Disponível em:

<http://alfabetizarvirtualtextos.files.wordpress.com/2011/08/as-pesquisasdenominadas-do-tipo-estado-da-arte-em-educac3a7c3a3o.pdf>

IRIGARAY, H. A. R.; SARAIVA, L. A. S.; CARRIERI, A. P. **Humor e discriminação por orientação sexual no ambiente organizacional.** RAC – revista de administração contemporânea, v. 14, n. 5, p. 890-906, 2010.

IRIGARAY, H. A. R.; FREITAS, M. E. **Sexualidade e organizações: estudo sobre lésbicas no ambiente de trabalho.** O&S – Organizações e Sociedade, v. 18, n. 59, p. 625-641, 2011.

SUÁREZ, Mireya. **A problematização das diferenças de gênero e a antropologia.** In: AGUIAR, Neuma (Org.). Gênero e ciências humanas: desafios às ciências desde a perspectiva das mulheres. Rio de Janeiro: Record; Rosa dos Tempos, 1997.

SILVA, Francisca Jocineide da Costa. CARVALHO, Maria Eulina Pessoa. **O estado da arte das pesquisas educacionais sobre gênero e educação infantil: uma introdução.** XVIII REDOR: Rede Feminista Norte e Nordeste de Estudos e Pesquisa sobre a Mulher e Relações Gênero. Universidade Federal Rural de Pernambuco, 2014.

SLONGO, I. I. P. **A produção acadêmica em ensino de biologia: um estudo a partir de teses e dissertações.** Centro de Ciências da Educação, UFSC, Florianópolis, 2004. (Tese de Doutorado)

SILVA, Mariane Pazzine. **Mulher e poder: percepções de líderes femininas nas organizações.** Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação – Faac, UNESP, 2014. Monografia.

QUINTERO, Edelmira Romero. **La perspectiva de género em las Relaciones Públicas empresariales: estudio comparativo de la presencia de mujeres empresarias en prensa.** Revista Internacional de Relaciones Publicas, Vol 1, No 2 (jul-dic), 2011.