

275

POLÍTICAS DE DIVERSIDADE E INCLUSÃO LGBTQIA+ EM EMPRESAS BRASILEIRAS: UM OLHAR SOBRE OS RELATOS INTEGRADOS

Doutor/Ph.D. Carlos Adriano Santos Gomes Gordiano, Aluno Graduação/Undergraduate Student Lucas Cavalcante Chaves

Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, Ceará, Brazil

Doutor/Ph.D. Carlos Adriano Santos Gomes Gordiano

Programa de Pós-Graduação/Course

Mestrado Profissional em Administração e Controladoria

Aluno Graduação/Undergraduate Student Lucas Cavalcante Chaves

Programa de Pós-Graduação/Course

Bacharelado em Ciências Contábeis

Resumo/Abstract

Em virtude das constantes transformações pelas quais passam a sociedade, cabe às organizações acompanhar as demandas sociais e políticas, dentre as quais a necessária promoção da diversidade e inclusão da população LGBTQIA+. Destarte, este estudo tem como objetivo analisar as políticas de diversidade e inclusão voltadas à população LGBTQIA+ evidenciadas por meio de Relatos Integrados de empresas brasileiras. A pesquisa exploratória, qualitativa e documental foi realizada a partir de 30 documentos acessados junto a plataforma Relato Integrado Brasil com cobertura do exercício 2020, que era o que estava disponível a época da coleta. Os resultados apontam que 16 das 30 empresas estudadas apresentaram algum tipo de política voltada a diversidade e inclusão em seus relatos integrados e estas foram agrupadas em 10 categorias (promoção de código de ética; abraçar a diversidade como estratégia do negócio; existência de grupos e comitês atuantes na organização; formalização de políticas de combate ao preconceito e apoio a inclusão; desenvolvimento de programas de incentivo a diversidade; observação de demandas internas, mercado e sociedade; associação a entidades civis LGBTQIA+; parcerias para a atração de novos; suporte psicológico, médico e jurídico; e adoção de posicionamento público). Contudo, uma parcela das organizações está evidenciando tais políticas de forma superficial ou imprecisa. Assim a principal contribuição desse estudo é a de revelar um panorama atual das políticas desenvolvidas por grupos empresariais brasileiros de referência, com a possibilidade de gerar ideias e orientar outras organizações na adoção de políticas de diversidade e inclusão para população LGBTQIA+.

Modalidade/Type

Artigo Científico / Scientific Paper

Área Temática/Research Area

Diversidade e Inclusão no Contexto Organizacional e Contábil (DICOC) / Diversity and Inclusion in the Organizational and Accounting Context



POLÍTICAS DE DIVERSIDADE E INCLUSÃO LGBTQIA+ EM EMPRESAS BRASILEIRAS: UM OLHAR SOBRE OS RELATOS INTEGRADOS

RESUMO

Em virtude das constantes transformações pelas quais passam a sociedade, cabe às organizações acompanhar as demandas sociais e políticas, dentre as quais a necessária promoção da diversidade e inclusão da população LGBTQIA+. Destarte, este estudo tem como objetivo analisar as políticas de diversidade e inclusão voltadas à população LGBTQIA+ evidenciadas por meio de Relatos Integrados de empresas brasileiras. A pesquisa exploratória, qualitativa e documental foi realizada a partir de 30 documentos acessados junto a plataforma Relato Integrado Brasil com cobertura do exercício 2020, que era o que estava disponível a época da coleta. Os resultados apontam que 16 das 30 empresas estudadas apresentaram algum tipo de política voltada a diversidade e inclusão em seus relatos integrados e estas foram agrupadas em 10 categorias (promoção de código de ética; abraçar a diversidade como estratégia do negócio; existência de grupos e comitês atuantes na organização; formalização de políticas de combate ao preconceito e apoio a inclusão; desenvolvimento de programas de incentivo a diversidade; observação de demandas internas, mercado e sociedade; associação a entidades civis LGBTQIA+; parcerias para a atração de novos; suporte psicológico, médico e jurídico; e adoção de posicionamento público). Contudo, uma parcela das organizações está evidenciando tais políticas de forma superficial ou imprecisa. Assim a principal contribuição desse estudo é a de revelar um panorama atual das políticas desenvolvidas por grupos empresariais brasileiros de referência, com a possibilidade de gerar ideias e orientar outras organizações na adoção de políticas de diversidade e inclusão para população LGBTQIA+.

Palavras-chave: Inclusão; Políticas; Organizações; Diversidade; LGBTQIA+.

1. INTRODUÇÃO

A ONU, através de sua Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável, firma dezessete objetivos para o desenvolvimento, com enfoque na concretização de “todos os direitos humanos e alcançar a igualdade de gênero” (ONU, 2015). Pode-se trazer também o compromisso diretamente ligado a promoção da inclusão LGBTQIA+, onde é enfatizada a responsabilidade de todos os Estados, seguindo a Carta das Nações Unidas que objetiva “proteger e promover os direitos humanos e as liberdades fundamentais para todos” (ONU, 2015) sem a diferenciação de raças, cores, sexos, línguas, opiniões políticas, origem social ou nacional, nascimento, riqueza, nascimento e qualquer outra condição. Segundo Rohm, Martins & Valvano (2020), para que a diversidade sexual não se torne um mero subterfúgio e observando-se importância da construção de uma imagem corporativa palpável, faz-se necessário o engajamento social frente ao contexto de discriminação contra a população LGBTQIA+ nas organizações brasileiras.

Devido a luta de diversos grupos sub-representados em vários países em busca de direitos sociais e combate à discriminação, de modo mais intenso partir dos anos de 1980, observa-se na contemporaneidade uma sociedade na qual o combate ao preconceito e a segregação ganham cada vez mais ênfase nas relações sociais, na mídia e no campo político. As relações humanas mudam, o acesso a informações e as interações entre os mais variados conteúdos e pessoas nunca esteve tão ativo, sobretudo com o advento das redes sociais digitais.

Diante de tal contexto e com rápido e facilitado acesso à informação, forças que atuam no campo do trabalho têm buscado se adaptar as mudanças, sejam por pressões internas ou externas. A temática da diversidade assume papel fundamental nas discussões organizacionais,



nas práticas e projetos de integração, na busca por novos mercados e consumidores ou para apenas seguir as leis, acatar as pressões de investidores e suprimir o risco de ações judiciais. As empresas têm percebido esse movimento e começam a ajustar suas práticas comerciais, de marketing e de gestão de pessoas para se adaptarem aos novos tempos e proteções legais que a população LGBTQIA+ vem conquistando.

Marques Júnior, Marques & Dantas (2020) destacam os anos 2000 como o período no Brasil em que os momentos político, cultural e social, proporcionaram uma maior preocupação e adesão da sociedade e dos governantes, conseqüentemente, do mundo empresarial com a inclusão de grupos sub representados. Saraiva & Irigaray (2009) apontam outra face destas adaptações organizacionais, ao afirmar que as práticas e políticas de diversidade nas organizações podem, apenas, constituir discursos empresariais que buscam a projeção de um pensamento entre os empregados e o mercado de uma imagem socialmente responsável, buscando a admiração no meio econômico e dos consumidores.

Em um mercado cada vez mais aberto e integrado, com rápido acesso a informações e atividades, a diversidade nas organizações vai além do respeito para com o próximo, mas aceitação das diferenças e combate ao preconceito, por isso, espera-se que uma empresa com representatividade tenha mais oportunidades de se destacar no mercado e alcançar melhores resultados. Morrison (1996) afirma que a gestão da diversidade é um atributo para as organizações se manterem competitivas, Gordon (2009) destaca que a gestão da diversidade contribui com o crescimento dos níveis de criatividade e inovação da organização, além de reduzir problemáticas organizacionais como absentismo e *turnover*.

As organizações têm tomado atitudes visando destaque e atratividade, não só de bons profissionais, mas principalmente de investidores. É comum as empresas se valerem de premiações e participações em listagens de bons lugares para se trabalhar como estratégia de *marketing* e publicidade, bem como para motivar os empregados. As organizações estão inovando e buscando um diferencial no tratamento de sua equipe, fazendo o que é possível para atrair novos talentos.

Por outro lado, muitas ações das organizações voltadas para o segmento LGBTQIA+ recebem tratamento destacado, seja pela repercussão positiva que isso pode provocar junto a consumidores, investidores, financiadores, ou contribuir para o fortalecimento da imagem corporativa. Não incomum, tais iniciativas são inseridas nos Relatos Integrados das corporações.

Segundo o *International Integrated Report (IRCC)* o Relato Integrado fornece a análise dos impactos e conexões de oportunidades relevantes, riscos e desempenho, correlacionando informações financeiras a não financeiras e a partir de dados apresentados, em que é possível identificar o tipo de relacionamento entre as organizações e a população LGBTQIA+, trazendo suas políticas e ações.

Portanto, diante do contexto, esta pesquisa busca resposta ao seguinte problema: quais políticas de diversidade e inclusão relativas à população LGBTQIA+ são evidenciadas nos Relatos Integrados de empresas brasileiras? Dessa forma, a pesquisa tem o objetivo geral de analisar as políticas de diversidade e inclusão voltadas à população LGBTQIA+ evidenciadas por meio de Relatos Integrados de empresas brasileiras. Como objetivo específico, procura-se inventariar as atividades das empresas brasileiras no tocante a inclusão e diversidade presentes nos seus Relatos Integrados.

Busca-se através deste estudo colaborar com a disseminação do conhecimento, apresentando uma análise que tem grande importância acadêmica, pois, o ambiente universitário é a base formadora dos futuros gestores públicos e privados, que precisarão conviver e trabalhar com os mais diversos colaboradores. Concomitante a relevância



acadêmica, a investigação serve também como uma forma de evidenciar as ações inclusivas apontando os benefícios empresariais de se promover uma cultura organizacional pró diversidade e evidenciando que há espaço para que diferentes tipos de pessoas se desenvolvam profissionalmente, socialmente e se sintam seguras em expressar sua orientação sexual dentro das organizações. Assim, este estudo pode ser usado, como um meio para inspirar e orientar outras organizações no promoção da inclusão.

2. DIVERSIDADE SEXUAL E OS DIREITOS LGBTQIA+.

A sexualidade humana envolve desejo, afeto, autocompreensão e até a imagem que os outros têm do outro e tende a ser vista, como a própria intimidade, a parte mais reservada, às vezes até secreta, do eu. Assim, não surpreende que a sociedade tenha encontrado nela um meio de normalizar as pessoas (Miskolci, 2012). Para Silva et al (2017) a sexualidade humana é composta por uma múltipla combinação de fatores biológicos, psicológicos e sociais, sendo composta essencialmente pelo sexo biológico, a orientação sexual e a identidade de gênero, assim, diversidade sexual são as várias formas de vivenciar e expressar a sexualidade. E é justamente no exercício de uma diversidade de modo de experimentar a sexualidade que o comportamento prescrito, isto é, aquele imposto como norma hegemônica – o heteronormativo – entra em choque com outras formas e vivências.

De acordo com Unerman (2018), pessoas LGBTQIA+ em todo o mundo estão sujeitas a violência física e sexual por parte de ambos atores estatais e não estatais. Eles são discriminados na educação, saúde e assistência social e no emprego e ainda que em algumas partes do mundo, os direitos LGBTQIA+ tenham evoluído rapidamente nas últimas décadas, (Hammond, 2018), em 72 países ainda criminalizam as relações entre pessoas do mesmo sexo e a pena de morte é permitida ou há evidências de sua existência em oito deles. Em mais da metade do mundo, as pessoas cujos desejos sexual não se restringe à relações heteronormativas podem não estar protegidas da discriminação pela legislação (Unerman, 2018). Enquanto esse debate não se ampliar no ambiente organizacional estar-se-á negando a diversidade de identidades e reforçando o binarismo que existe entre heterossexual e homossexual, ocasionado pelo sistema cisheteronormativo (Rumens, 2016).

Tal debate, contudo, precisa ocorrer de fato e não apenas, superficialmente ou como tentativa de apropriação de uma pauta, como chamam a atenção Lima, Bittar-Godinho & Bittar-Godinho (2021) ao relatarem que em uma visita rápida à rede social *LinkedIn* no mês de junho, mês do orgulho LGBTQIAP+, notou-se uma variedade de marcas que modificaram seus logotipos temporariamente, incorporando as cores do arco-íris e que um olhar desavisado poderia afirmar que o preconceito nas organizações é algo do passado, ou que se está prestes a superá-lo. Para Lopes & Lima (2022) questionar as desigualdades é uma forma de mitigar as vozes que apontam para a qualificação dos corpos LGBTQIA+ antes mesmos deles falarem, daí a importância de movimentos orgânicos da sociedade e das pesquisas realizadas no ambiente acadêmico.

Num momento em que, por ocasião do surto de varíola dos macacos, observa-se uma nova tentativa de marginalização de homossexuais, associando-os com a doença, tal qual ocorrera na década de 1980 por ocasião da epidemia de HIV-AIDS, faz-se importante resgatar alguns eventos históricos que pontuam o avanço da pauta de direitos humanos voltados à população LGBTQIA+, tais como a Revolta de Stonewall, em Nova York, em 1969, que segundo Ferreira & Alexino (2017) marca a afirmação e fortalecimento da luta por direitos pela população LGBTQIA+, neste que é considerado o ponto de partida simbólico para o Orgulho LGBTQIA+ (uma vez que outras ações anteriores já haviam ocorrido em outros locais como São Francisco e na Argentina, por exemplo). De acordo com a Peres & Melo (2020), após



violenta ação policial ao bar Stonewall Inn, em East Village, onde mais de duzentas pessoas estavam presentes, deu-se início a protestos e atos contra a violência e discriminação, ocorrendo meses depois as primeiras paradas do orgulho LGBTQIA+ em outros estados americanos, atingindo a Europa e mais tarde o Brasil, que neste período estava sob forte repressão militar.

Apenas em 1996 o movimento ganharia mais força no Brasil, com a ocupação da Praça Roosevelt, sendo no ano seguinte realizada a primeira parada do orgulho em São Paulo, segundo Nunes & Portéro (2019). Ressalte-se que a cada ano, o público da Parada do Orgulho de São Paulo cresce, sendo o maior registrado no mundo no ano de 2019, antes da pandemia, com três milhões de pessoas (São Paulo, 2020). Diversas outras cidades brasileiras de grande, médio e pequeno porte também realizam suas paradas da diversidade em diferentes períodos do ano.

Outras conquistas brasileiras podem ser pontuadas como a proibição da “cura gay” em 1999 pelo Conselho Federal de Psicologia; o direito a redesignação sexual permitido pelo Conselho Federal de Medicina a partir de 2002; a permissão para união estável entre pessoas do mesmo sexo em 2011 pelo Supremo Tribunal Federal (STF); a aprovação de resolução do Conselho Nacional de Justiça que obriga cartórios a realizarem o casamento civil entre homossexuais em 2013; uso do nome social em 2016 e mudança de registro civil em cartório em 2018 para pessoas trans. Além de outras três conquistas alcançadas via STF: direito a adoção por casais homossexuais em 2015, a criminalização da homofobia e transfobia e equiparação com o crime de racismo em 2019 e liberação para doação de sangue, superando o estigma criado na década de 1980 durante a epidemia HIV-AIDS. Porém, com as mudanças no poder executivo na esfera federal, caracterizada por constantes ataques públicos à população LGBTQIA+, houve, segundo Natividade (2021) um retrocesso na busca por direitos e afirmações da comunidade LGBTQIA+, como a descontinuidade de programa como o Brasil sem Homofobia.

Se no Brasil, a Constituição Federal do Brasil (1988) assevera sobre a promoção do bem de todas as pessoas, afirmando que todas são iguais perante a lei, sem diferenciação de qualquer natureza, ratificando a inviolabilidade do direito à vida, à igualdade, à liberdade, e a honra, dentre outros, numa esfera global, a ONU aprovou em 2011 a Resolução nº 1719, Direitos Humanos, Orientação Sexual e Identidade de Gênero e em 2012 foi lançada a Campanha Livres e Iguais. No Brasil tal ação foi intitulada Nascidos Livres e iguais – Orientação Sexual e Identidade de Gênero no Regime Internacional de Direitos Humanos. Segundo a publicação, o Estado possui cinco obrigações que são: proteger contra a violência homofóbica, prevenir a tortura; descriminalizar a homossexualidade, proibir a discriminação; defender liberdades civis (ONU, 2022).

A despeito dos avanços, o Brasil ainda é um dos países com maiores registros de crimes de LGBTfobia em todo o mundo. Dados da pesquisa Proteção Social e a Comunidade LGBTQIA+ de 2020 (Moreira & Mendes, 2021), afirmam que a cada vinte horas um cidadão LGBTQIA+ é assassinado ou comete suicídio no país e isso se deve ao fato de grande parte da comunidade LGBTQIA+ viver em situações de risco e marginalização, falta de apoio efetivo da sociedade e de alcance do Estado as áreas de grande instabilidade social. Até mesmo o processo de registro dessas violências é dificultado, uma vez que não existem estatísticas oficiais, mas levantamento de entidades como o Grupo Gay da Bahia (GGB) que produz o relatório denominado Observatório De Mortes Violentas De LGBTI+ No Brasil (2021).

Construído através de parceria entre o Grupo Gay da Bahia e a Associação Acontece Arte e Política LGBTI+ de Florianópolis o citado relatório apresenta dados sobre a absurda e assustadora violência sofrida pela comunidade LGBTQIA+, trazendo números desde 1990 até 2020. Segundo o relatório, houve um aumento considerável de mortes violentas motivadas por LGBTfobia nos últimos trinta anos, o que apresenta um contexto onde, apesar das conquistas da última década, há ainda um longo caminho a ser percorrido em busca da aceitação e respeito.



De acordo com o Observatório De Mortes Violentas De LGBTI+ No Brasil - 2020 (2021) grande parte dos assassinatos tem como vítimas travestis e mulheres trans, acumulando um total de 70% das mortes por LGBTfobia no Brasil em 2020, segue-se a este dado os assassinatos de Gays com 22%, Lésbicas com 5%, Homens Trans, Bissexuais e héteros (que apresentam comportamento divergente do padrão heteronormativo) tem 1% das mortes violentas cada um.

Devido a estrutura social preconceituosa construída durante séculos, segundo Borrillo (2010), e a necessidade de adaptação e acolhimento de toda a comunidade, no ano de 2004, foi lançado, pelo Governo Federal, o primeiro programa voltado para a inserção social da população LGBTQIA+, inclusive no mercado de trabalho, o Programa de Combate à Violência e à Discriminação contra GLTB e de Promoção da Cidadania Homossexual (Brasil Sem Homofobia). Em suas diretrizes o Programa trazia áreas como Direito à Segurança, à Educação, Saúde, Direito ao Trabalho e à Cultura, além de políticas contra o Racismo e Homofobia.

Apesar de a Constituição Federal Brasileira afirmar a igualdade de direitos e vedar qualquer tipo de discriminação e preconceito, segundo De Menezes, Oliveira & Nascimento (2018), o país possui sérios problemas relativos a não aceitação do que diverge do senso comum de “normalidade” e para além dos dados alarmantes relativos ao elevado volume de vidas LGBTQIA+ ceifadas, existe uma infinidade de outros tipos de violência, físicas ou não, produzidas contra essas pessoas, inclusive no ambiente corporativo. Por isso é importante o debate de como as organizações estão lidando e integrando pessoas da comunidade LGBTQIA+ considerando sua diversidade.

Diversidade, segundo Kotlinski (2007) é conjunto das diversas possibilidades de expressão e vivência social dos indivíduos, por aspectos de orientação sexual, gênero, sexo, faixa etária, cor, etnia, deficiência, entre outros. Torres & Pérez-Nebra (2004) apontam que a diversidade reconhece, reforça e valoriza as diferenças e semelhanças entre os indivíduos, de acordo com Nkomo & Cox Júnior (2012) enfatizam etnia e gêneros, amplas, designando qualquer diferença entre as pessoas, propiciando uma falta de especificidade, o que coloca diferenças culturais, cognitivas e sociais como se fossem uma coisa só. Para São Paulo (2020), diversidade sexual são as múltiplas formas de vivência e expressão da sexualidade e da identidade de gênero, formada por uma conjuntura de fatores biológicos, sociológicos e culturais. Flores-Pereira & Eccel (2010) afirmam que seria tudo que é diferente da identidade do “homem branco, heterossexual e sem deficiências”. Portanto, relaciona-se este conceito a grupos não hegemônicos, a partir da observação de sub-representações

Killermann (2011) aponta quatro dimensões a serem consideradas nessa identificação, a primeira seria a *identidade de gênero*, ou seja a forma que sua consciência experimenta e define o seu gênero com base no quanto se está (des)alinhado com as opções de gênero disponíveis na sociedade; a segunda dimensão é a *orientação sexual e afetiva*, que é a forma como a pessoa se sente atraído (ou não) por outra em termos afetivos, sexuais e outras formas; a terceira dimensão é o *sexo anatômico* que são os traços físicos com os quais se nasce ou desenvolve, que é pensado como “características sexuais”, bem como o sexo atribuído ao nascer; e a quarta dimensão é a *expressão de gênero*, que é a forma como se apresenta gênero para a sociedade, através de gestos, ações, escolhas profissionais, roupas, comportamento etc. e como essa apresentação é vista com base nas expectativas dessa sociedade.

Farinha (2017) reforça que identidade de gênero é a particularidade, ou experiência, do gênero de cada pessoa, podendo ou não corresponder ao sexo de nascença, quanto a correspondência ou não ao sexo de nascimento. Segundo Jesus (2012) quando um indivíduo se identifica com o sexo de nascimento pode-se dizer que é cisgênero, entretanto, quando não ocorre essa correspondência denomina-se transgênero. É importante ressaltar que a identidade de gênero não é responsável pela orientação sexual, uma vez que uma mulher transgênero pode



se sentir atraída sexualmente por outra mulher (trans ou cisgênero), por exemplo. Assim, o fato de ter nascido com um sexo biológico masculino, mas possua uma identidade feminina, não determina que essa pessoa esteja fadada a sentir desejos (sexuais e afetivos) por pessoas que se identificam como do sexo masculinas.

Por sua vez, orientação sexual constitui a atração emocional, afetiva e sexual que uma pessoa sente por outra de gênero diferente (heterossexualidade), do mesmo gênero (homossexualidade) ou para pessoas de mais de um gênero (bissexualidade) (Farinha, 2017). Rios & Piovesan (2001) completam afirmando que ela é a identidade que se atribui a um indivíduo devido direção da sua conduta ou atração sexual, caso esta se dirija a alguém do mesmo sexo, orientação homossexual; se a alguém do sexo oposto, heterossexual, se pelos dois sexos, bissexual.

Sobre preconceito, Sousa, Silva & Santos (2016) afirmam ser este a percepção mental negativa acerca de sujeitos e grupos socialmente inferiorizados, logo pode-se dizer que preconceito é um juízo de valor, uma opinião pré-concebida, portanto uma opinião formada sem o conhecimento adequado da situação, pessoa ou objeto. Já discriminação é a materialização nas relações sociais de atitudes arbitrarias relacionadas ao preconceito, isto é, qualquer distinção, segregação, exclusão, isolamento, restrição ou humilhação, que tenha por efeito prejudicar ou privar, baseada na identidade de gênero, orientação sexual ou quaisquer particularidades que afetam a base igualitária dos direitos e liberdades (Sousa, Silva & Santos, 2016; Farinha, 2017).

Heteronormatividade, segundo Sousa, Silva & Santos (2016) envolve a aprovação da heterossexualidade como norma ou padrão social, Farinha (2017) afirma que constitui um conjunto de disposições onde a heterossexualidade é instituída e vivenciada como única possibilidade natural e legítima. Consoante Luiz Neto, Saraiva & Bicalho (2014) a sexualidade compreende uma extensa gama transpassada de significados, relações humanas e institucionais promovendo construções sociais, bem como posições indenitárias e políticas, que podem ser diferentes de acordo com a cultura dos povos.

3. PERCURSO METODOLÓGICO

Esta investigação constitui-se como uma parte de uma pesquisa descritiva que segundo Cardoso (2003) expõe características de determinada população ou fenômeno, notadamente nesse estudo, as políticas de inclusão evidenciadas por empresas brasileiras em seus Relatos Integrados. A escolha desse documento se deu pela sua característica de constituir um conjunto de informações sobre a estratégia, governança e desempenho, de forma a refletir o contexto econômico, social e ambiental que a empresa está inserida (IRCC, 2014)

O procedimento adotado foi a pesquisa documental realizada junto aos Relatos Integrados de 30 empresas brasileiras, relativos ao exercício 2019, publicados em 2020, sendo estes os últimos que estavam disponíveis no portal <https://relatointegradoBrasil.com.br/relatorios-no-brasil/> à época da coleta dos dados (maio de 2022).

A análise dos dados obtidos se deu por meio qualitativo, recorrendo-se a metodologia de análise de conteúdo proposta por Bardin (2011), tendo três fases primordiais: (a) a pré-análise que consiste na fase de organização, onde é estabelecido um esquema de trabalho, procedimentos definidos, porém não fixos; (b) a exploração do material, quando são escolhidas as unidades de codificação, ou seja, são codificados, classificados e categorizados os dados; e (c) o tratamento dos resultados, inferências e interpretações.

Na pré-análise realizou-se a divisão das trinta empresas com publicações mais recentes na plataforma Relato Integrado Brasil até maio de 2022, em catorze áreas de atuação, sendo

Bancos, Energia, Varejo, Concessão de Estradas, Educação, Eletrônicos, Locação de Veículos, Logística, Petroquímica, Saneamento, Siderurgia, Software, Aço e Alimentos.

Quadro 01 – Empresas Observadas no Estudo

| | EMPRESA | SETOR | SEGMENTO | | EMPRESA | SETOR | SEGMENTO |
|----|------------|---------|----------|----|------------------|---------|---------------------|
| 1 | Banese | Privado | Banco | 16 | B2W | Privado | Varejo |
| 2 | BNDES | Público | Banco | 17 | Carrefour Brasil | Privado | Varejo |
| 3 | Bradesco | Privado | Banco | 18 | Hering | Privado | Varejo |
| 4 | BRB | Privado | Banco | 19 | Magazine Luíza | Privado | Varejo |
| 5 | Itaú | Privado | Banco | 20 | CCR | Privado | Concessão Estradas |
| 6 | Santander | Privado | Banco | 21 | Cogna | Privado | Educação |
| 7 | CEMIG | Público | Energia | 22 | Weg | Privado | Eletrônicos |
| 8 | CELESC | Público | Energia | 23 | Movida | Privado | Locação de Veículos |
| 9 | CHESF | Público | Energia | 24 | JSL | Privado | Logística |
| 10 | COPEL | Público | Energia | 25 | Braskem | Privado | Petroquímica |
| 11 | CPFL | Privado | Energia | 26 | SANEPAR | Privado | Saneamento |
| 12 | CTEEP | Privado | Energia | 27 | CSN | Privado | Siderurgia |
| 13 | EDP | Privado | Energia | 28 | TOTVS | Privado | Software |
| 14 | Eletrobrás | Público | Energia | 29 | Gerdau | Privado | Aço |
| 15 | Light | Privado | Energia | 30 | BRF | Privado | Alimentos |

Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Na fase de exploração de materiais, foram utilizados descritores, baseados em estudos anteriores como Moreira & Mendes (2021), Caldas *et al.*, (2022), Hey *et al.*, (2022), “Diversidade”, “LGBT” (optou-se por esse termo pois ele estar contido em siglas mais ampliadas, tais como LGBTQIA+ ou LGBTQIAP+, por exemplo), “Orientação Sexual”, “Homoafetivo”, “Trans”, “Bissexual”, “discriminação”, “homofobia” e “transfobia”, efetuou-se uma análise do material de modo a verificar as ações e políticas de inclusão evidenciadas nos Relatos Integrados das empresas. A partir da análise foram categorizadas as atividades promotoras da inclusão LGBTQIA+. A partir da leitura exaustiva dos Relatos Integrados, foram observadas políticas de diversidade e inclusão e categorizadas da seguinte maneira: Grupos de Apoio, Programas de Incentivo e Suporte, Ações Integradoras e Visibilidade, Associações a Entidades e Educação, Código de Ética e *Compliance*. Estabeleceu-se que, as empresas que contemplassem a maior quantidade destas atividades seriam as escolhidas como modelo para este estudo, sendo as organizações que trazem a evidenciação de forma mais próxima ao ideal, no caso a evidenciação completa e aprofundada das informações.

Na fase de tratamento dos resultados foram estabelecidas as organizações que se enquadravam como as mais evidenciadoras da promoção a diversidade e inclusão. A partir disto, suas ações e políticas foram inventariadas e analisadas.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Considerando-se uma análise geral, usando a busca por descritores, verificou-se que, todas as empresas participantes da pesquisa fizeram menção ao termo "Diversidade", em 16 relatos foram identificados os termos "LGBT", "Orientação Sexual" ou "homoafetivo". Por sua vez, a palavra "Trans" foi citada em apenas três documentos e o termo "Bi" em apenas um. Outros 14 Relatos Integrados não apresentaram qualquer menção aos descritores.

4.1. Análise dos Relatos Integrados por Área de Atuação e Empresas.

Analisando-se os Relatos Integrados, temos as evidenciações das organizações quanto as políticas adotadas visando a inclusão e diversidade no trabalho.

Dentre os relatos integrados, as empresas energéticas apresentaram elevado volume de menções à comunidade LGBTQIA+. Das nove empresas relacionadas, cinco evidenciaram informações referentes a políticas e ações relativa à inclusão. A CEMIG evidencia que “combate e condena qualquer forma de discriminação com base em raça, gênero, orientação sexual” através de treinamentos, código de ética e campanhas. Por sua vez a COPEL faz referência à “...participação de representantes do Comitê Diversidade no Encontro promovido pelo Ministério Público Estadual sobre empregabilidade de Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis e Transexuais (LGBT)”.

A CTEEP informa que lançou em 2019 um “Programa de Diversidade e Inclusão, batizado de Outros Olhares, que prevê ações voltadas à diversidade, abordando inclusão de pessoas com deficiências, orientação sexual e gênero e diferenças de pensamento e gerações.”. A EDP evidencia que “um dos principais destaques do ano foi o lançamento oficial do Programa de Inclusão & Diversidade, com criação de estrutura de governança constituída por um Comitê Executivo, um Comitê Nacional e seis Grupos de Afinidade: Equidade de Gênero, Pessoas com Deficiência, Raça, Gerações, LGBTI+ e Culturas & Espiritualidades.”. A Braskem, “aprofundamos nossa atuação e criamos Programa de Diversidade formado por cinco frentes de trabalho [...]: Gênero, Socioeconômica, Raça e Etnia, LGBTQIA+”.

Conforme observado nos Relatos Integrados, nos últimos anos algumas empresas têm voltado seu olhar para a questão de diversidade de gênero e orientação sexual no trabalho ao constituírem conselhos, comitês ou programas internos voltados à temática, algo que se revela como positivo e pode servir como *benchmark* para que outras empresas também promovam a inclusão e diversidade entre seus colaboradores.

A Eletrobrás indica uma ação integradora voltada ao Plano de Carreira e Remuneração “O propósito é garantir a equidade e igualdade de tratamento independentemente de sexo, raça, cor, religião, deficiência, estado civil, orientação sexual, situação familiar, idade ou qualquer outra condição”.

No setor bancário, segundo grupo com maior quantidade de empresas na pesquisa, seis, sendo uma com capital público e cinco com capital exclusivo privado, metade apresentaram informações sobre atitude e políticas inclusivas LGBTQIA+, todas do setor privado. As outras três restantes citaram o termo “Diversidade”, porém não abordaram qualquer política ou ação de inclusão LGBTQIA+. O Bradesco afirma que “Mantemos iniciativas consolidadas no que diz respeito à inclusão [...]. Estamos continuamente evoluindo nesses temas e na inclusão LGBTI+”. Por sua vez o Itaú afirma que respeita a “Representatividade de todos os grupos dentro da Companhia (gênero, pessoas com deficiência, LGBT+, raça, idade, religião, entre outros”. Já o Santander aborda que “Consideramos nossas prioridades: equidade de gênero, equidade racial, inclusão de pessoas com deficiência (PCD), diversidade de experiências e gerações e LGBTI+.”.

Das quatro empresas relacionadas ao comércio varejista, apenas uma fez menção a ações integradoras e projetos de inclusão, as demais citam apenas “Diversidade”. O Carrefour evidencia que durante a Parada do Orgulho LGBTQIA+ de 2019, “As fachadas das lojas Carrefour Express da Avenida Paulista, na cidade de São Paulo, também foram adesivadas com as cores da bandeira LGBTI+”.

Das demais onze empresas integrantes do estudo, seis possuem alguma política, programa ou ação em prol da inclusão da comunidade LGBTQIA+, sendo elas dos setores de Educação, Petroquímica, Siderurgia, Software, Aço e Alimentos Processados. As outras cinco

não citaram políticas, ações ou projetos. A Cogna evidencia uma ação integradora, “No Workplace, nossa rede social corporativa, contamos com um grupo LGBTQI+”. A CSN afirma que, “instituímos um grupo de trabalho, com projetos e ações contemplando cinco frentes: LGBTQIA+, étnico-racial, igualdade de gênero, pessoas com deficiência e empregabilidade 50+, dando um grande passo na promoção da diversidade e inclusão”. A Totvs evidencia eventos, dando ênfase em seu Workshop voltado ao público LGBTQIA+, “realizaram um workshop de lógica de programação, para mais de 50 jovens LGBT interessados em trilhar a carreira em tecnologia.”.

Por sua vez a Gerdau afirma que se tornou “signatária do Fórum de Empresas e Direitos LGBTI+”, além de eventos e políticas que promove e a BRF para o desenvolvimento de seu programa de diversidade afirma que “identificamos pilares de trabalho especialmente sinalizados por nossos colaboradores em entrevistas e grupos focais. São eles: gênero, pessoas com deficiência, culturas e gerações, etnias e LGBTQ (lésbicas, gays, bissexuais, transgênero, queergender)”.

O Quadro 02 apresenta um resumo das políticas de diversidade e inclusão identificadas nos relatos integrados das organizações pesquisadas:

Quadro 02 – Empresas e Evidenciação de Políticas LGBTQIA+.

| Categorias | Grupos de Apoio | Programas de Incentivo e Suporte | Ações Integradoras e Visibilidade | Associações a Entidades | Educação, Código de Ética e Compliance |
|-------------------|------------------------|---|--|--------------------------------|---|
| Bradesco | X | X | X | X | X |
| Itau | X | X | X | X | X |
| Santander | X | X | X | X | X |
| COPEL | X | X | X | X | X |
| Carrefour | X | X | X | X | X |
| Gerdau | X | X | X | X | X |
| CSN | X | X | X | | |
| TOTVS | X | X | X | | |
| COGNA | X | | | | |
| CEMIG | X | | X | | X |
| BRASKEM | X | | X | | X |
| Eletróbrás | | X | X | | |
| BRF | | X | X | | |
| CTEEP | | X | | | X |
| B2W | | | | X | |

Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Pode-se observar que de um total de trinta companhias, apenas seis organizações apontaram em seus relatos integrados todas as atividades inclusivas consideradas neste estudo como ações relevantes para a inclusão LGBTQIA+ (com destaque para o setor bancário) revelando desenvolvimento de ações promotoras de inclusão tão necessárias para a ampliação da igualdade de direitos, qualidade de vida e combate à discriminação.

4.2 Inventário de Práticas Inclusivas Evidenciadas

Apesar da falta de evidenciação por quatorze organizações deste estudo, existem casos, não de sucesso absoluto, mas em que, pelo menos, percebe-se a tentativa de mudança do pensamento LGBTfóbico e busca-se inclusão e promoção da diversidade.

A observação das atividades das seis companhias que evidenciaram o máximo de Atividades Inclusivas apontados neste estudo pode servir como um guia e inspiração para demais organizações que estão precisando se aprofundar nas questões nestas questões.

Baseado nas análises dos Relatos Integrados, este estudo traz um inventário de práticas que mais vezes foram evidenciadas dentre os relatos integrados das organizações visando a promoção da diversidade LGBTQIA+ no trabalho.

Quadro 3: Inventário De Práticas Inclusivas Evidenciadas Nos Relatos Integrados

| Categoria | Subcategoria |
|--|--|
| Ações Integradoras e Visibilidade | 1. Observação de demandas internas, mercado e sociedade. |
| | 2. Parcerias para a atração de novos colaboradores pertencentes a grupos sub-representados |
| | 3. Adoção de posicionamento público |
| Associações a Entidades | 4. Associação a entidades civis representantes da população LGBTQIA+ |
| Educação, Código de Ética e Compliance | 5. Promoção de código de ética que deixe explícita a integração, inclusão, diversidade e punição |
| | 6. Formalização de políticas específicas de combate ao preconceito e apoio a inclusão |
| Grupos de Apoio | 7. Existência de Grupos e Comitês direcionados atuantes em todos os níveis da organização |
| Programas de Incentivo e Suporte | 8. Abraçar a diversidade como estratégia do negócio |
| | 9. Desenvolvimento de programas de incentivo a diversidade e eventos. |
| | 10. Suporte Social (Psicológico, Médico e Jurídico) |

Fonte: Dados da pesquisa (2022)

A seguir são detalhadas as informações encontradas nos Relatos Integrados das organizações pesquisadas, em conformidade com a categorização constituída no Quadro 03.

4.2.1. Observação de demandas internas, mercado e sociedade.

Estar atento as mudanças e interações com os ambientes internos e externos às organizações tornou-se essencial para a continuidade dos negócios. Quando uma organização não se adapta ao meio ou evolui com ele, ela possivelmente encontrará dificuldades, desse modo, a A Gerdau evidencia em seu Relato Integrado a aprovação de sua “Matriz de Materialidade” que são:

Tópicos que refletem impactos significativos, tanto ambientais como sociais e econômicos, sobre as atividades, produtos, serviços e relações de negócios da empresa [...] com o objetivo de fundamentar este relato e as estratégias e iniciativas da companhia relativas aos temas de sustentabilidade (GERDAU,2020, p.8).

Apesar do documento não revelar o detalhamento de tal matriz, ela pode ser observada como um espaço potencial para discussão de como lidar com a diversidade de sexualidades dentro da organização. Lima, Bittar-Godinho & Bittar-Godinho (2021) alertam em sua pesquisa que falar sobre estes temas nas áreas de negócios, tem sido um tabu, pois remetem a uma sexualidade considerada perigosa nas organizações e só discutida em relação ao assédio sexual. Por sua vez, Rumens (2016) pondera que enquanto não se discutir sexualidade nas organizações, estar-se-á negando a diversidade de identidades e reforçando o binarismo que existe entre heterossexual e homossexual, ocasionado pelo sistema cisheteronormativo.

De acordo com Siqueira (2015), uma boa forma de conseguir informações é através de pesquisas internas baseadas nas respostas dos próprios funcionários sobre o tema diversidade, a partir disto, pode-se analisar o perfil organizacional. Ethos (2013) enfatiza que, preparar um diagnóstico da situação, com dados dos ambientes internos e externos, que mostre os cenários, riscos e possibilidades de adição de valor, é fundamental para o envolvimento da alta liderança e entrada das questões em suas agendas de trabalho. Ou seja, pede-se que seja realizado um levantamento crítico para auxiliar o entendimento e promover o posicionamento das lideranças sobre a questão LGBTQIA+.

A pressão de investidores e da sociedade é outro gatilho para que as ideias sejam transformadas em práticas. Apesar disso, as organizações não trazem essa abordagem de forma

aprofundada em seus relatos integrados, citando de forma superficial ou afirmando que seus relatos estão baseados nos objetivos da Agenda de Sustentabilidade 2030, da Organização das Nações Unidas. Não se pode afirmar que uma organização é dedicada ao processo de integração de grupos sub-representados apenas com meros registros genéricos em seus relatos integrados, o que precisa ser evidenciado são ações práticas que comprovem que estão sendo tomadas atitudes relevantes para a mudança de panorama.

Como evidencia a COPEL (2020) “A Companhia promove uma série de iniciativas para o cumprimento da Agenda 2030 – iniciativa da ONU para alcance das metas dos ODS nos próximos dez anos.”. Por sua vez a B2W (2020) apresenta texto semelhante ao evidenciar, “reforçando nosso compromisso com a Agenda 2030 e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização das Nações Unidas (ONU)”. Esses registros apontam que as organizações que buscam se ajustar ao contexto contemporâneo, em atenção a demandas da sociedade. Ressalte-se que o ODS trata da redução de desigualdades, espera-se que ao declararem estarem alinhadas com esse coletivo de compromissos, as empresas desenvolvam ações específicas voltadas para atitude anti-homofóbicas seja no que diz respeito ao combate ao preconceito, à invisibilidade e a garantia de igualdade de oportunidades, independente da orientação sexual das pessoas.

4.2.2 Parcerias para a atração de novos colaboradores LBGTQIA+.

A dificuldade de colocação no mercado de trabalho atinge os mais variados públicos sub-representados, tais como as pessoas LBGTQIA+, seja pelo preconceito, pelo despreparo ocasionado pelas condições sociais em que o indivíduo está inserido ou pela união destes fatores em conjunção com inúmeros outros. O desafio é, como efetivar ações práticas de inserção no mercado de trabalho pessoas desse estrato social.

Uma ação interessante é evidenciada pelo Carrefour que em parceria com a TransEmprego, um projeto de empregabilidade gratuito com o intuito de inserir pessoas Transexuais no mercado de trabalho, realizou a divulgação de vagas de trabalho. Além disso promove cursos de formação e atividades, conforme relato:

ATRAÇÃO DE TALENTOS: algumas parcerias para atrair talentos foram fortalecidas, como as mantidas com a TransEmprego [...] foram feitos contatos para divulgação de vagas. A área de Recursos Humanos, por exemplo, criou o “Dia D” de contratação. Com várias edições ao longo do ano, consistiu em um dia dedicado à admissão de profissionais de perfis específicos. A Empresa também participou de algumas feiras de empregabilidade. (Carrefour, 2020, p.39).

O Carrefour foi a única empresa pesquisada a evidenciar este tipo de ação para atrair trabalhadores LBGTQIA+, as demais empresas, apesar de estarem associadas a entidades civis não relataram ações dessa natureza. Esse achado dialoga com aqueles encontrados por Costa & Pires (2015) que afirmam que o desempenho da força de trabalho oferecida independe da orientação sexual do indivíduo. A inclusão de homossexuais no ambiente de trabalho tem sido cada vez mais atendida devido ao desempenho por estes praticados.

Por outro lado, a não menção de ações de recrutamento, seleção e permanência de profissionais LBGTQIA+ nos quadros funcionais das organizações revela, aparentemente, que esta não é uma questão prioritária, apesar de muitas delas efetuarem campanhas publicitárias no mês da diversidade. Viegas & Pamplona Filho (2020) e seu estudo demonstram preocupação sobre isso ao afirmarem que a discriminação de gênero, orientação sexual e raça são fatores que influenciam as possibilidades de acesso e permanência nas relações de trabalho no Brasil. Não é por acaso que as mulheres, os/as negros/as e os LBGTI – Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transexuais, Travestis e Intersexuais detêm os piores indicadores do mercado de trabalho, vivendo, muitas vezes, na economia informal ou em empregos precários. Lopes & Lima (2022)



reforçam que corpos LGBTQIA+ podem ocupar os espaços e postos de trabalho que suas competências e habilidades possam ser aplicadas, ou seja, o lugar de um LGBTQIA+ é onde ele quiser estar.

Importante informar que, ao acessar o site da organização TransEmprego, na área de “Empresas Parceiras” encontra-se como parceiras as empresas Gerdau, Bradesco, Itaú, Santander, Totvs, presentes neste estudo, entretanto elas não evidenciaram em seus relatos esse meio de atração de novos talentos totalmente voltado a diversidade LGBTQIA+.

4.2.3 Adoção de posicionamento público.

Tão importante quanto promover melhorias internas nas organizações é a adoção de posicionamento público como uma empresa que apoia a diversidade e inclusão. Nesse sentido, o Carrefour, evidenciou sua participação na Parada do Orgulho LGBTQIA+ 2019 com “publicação de manifestos à causa, em diversos canais”. Já a Gerdau afirma que “a empresa passou a se posicionar publicamente como aliada do movimento LGBTI+.” (GERDAU, 2020), apesar de não ter evidenciado como esse posicionamento é evidenciado para a sociedade.

Mostrar para o mercado e para o público o relacionamento entre a organização e as questões LGBTQIA+ reforça a valorização desses profissionais bem como leva representatividade a mídia especialmente no recorte de empresas desse estudo, que por conta do seu porte, constituem-se como referências para uma infinidade de outras organizações, ditando inclusive, tendências de mercado. Tal percepção guarda relação com a pesquisa de Fachinni (2011) que evidencia que as maiores ações adotadas pelo movimento LGBTQIA+ são a visibilidade pela grande massa e a participação política, sendo o segundo caso ainda incipiente, entretanto várias empresas adotaram discurso abertamente apoiador ao movimento. Ressalte-se que não é objeto de interesse nessa pesquisa analisar a efetividade das ações temáticas como ferramenta de inclusão ou estratégia de *marketing*, ficando tais apreciações com sugestões para futuros estudos.

Pode-se trazer também como resultado deste estudo que não foram informados dados quanto a efetividade das políticas apresentadas pelas Organizações e quanto aos cargos e perfis dos colaboradores LGBTQIA+. Além disso, nota-se que as Organizações tendem a imitar as políticas e ações entre si, sendo poucas aquelas realmente inovadoras.

4.2.4 Associação a entidades civis representantes da população LGBTQIA+.

Existem diversas organizações nacionais e internacionais voltadas a pauta da diversidade e inclusão de pessoas LGBTQIA+ no mercado (por exemplo, o já citado TransEmprego e o Fórum de Empresas e Direitos LGBTQIA+), desses modos, foram identificados nos relatos, evidências da relação das empresas com entidades que promovem a diversidade e inclusão na sociedade, conforme apontam os trechos a seguir.

Em seu relato integrado, o Bradesco evidencia que:

Nosso compromisso com o tema foi ratificado em 2019 com a adesão ao Fórum de Empresas e Direitos LGBTI+, movimento que reúne grandes empresas em torno de compromissos de respeito e promoção de direitos humanos para o público LGBTI+ no ambiente empresarial e na sociedade. (BRADESCO, 2020, p. 83).

A Gerdau afirma que “assumiu publicamente seus compromissos com a promoção da Diversidade e Inclusão, tornando-se signatária do Fórum de Empresas e Direitos LGBTI+” (GERDAU, 2020). Por sua vez o Carrefour evidencia o patrocínio a evento ligado a Associação da Parada do Orgulho LGBT e a própria parada do orgulho, em São Paulo,

Apoio de doação de água ao evento e publicação de manifestos à causa, em diversos canais. As fachadas das lojas Carrefour Express da Avenida Paulista, na cidade de São



Paulo, também foram adesivadas com as cores da bandeira LGBTI+. (CARREFOUR, 2020, p.40).

O fato de as organizações se associarem a entidades de promoção da diversidade e defesa dos direitos LGBTQIA+, fomentam o incentivo a diversidade, a confiança dos profissionais na organização e a segurança que é gerada em torno deles. Segundo Siqueira (2015), a parceria com entidades sociais ligadas ao movimento LGBTQIA+ é importante pois apontam para um grau de abertura da organização para a diversidade, servindo como modelo para outras organizações.

Esses resultados dialogam com os achados de Unerman (2018) que afirma existir uma combinação de aspectos éticos e econômicos motivos para as organizações se engajarem em iniciativas de diversidade. Os motivos éticos tendem a ser amplamente baseado no reconhecimento de que deve haver igualdade de oportunidades para todos e todos devem estar livres de intimidação e assédio. Os motivos econômicos identificam um ampla variedade de benefícios econômicos potenciais que podem aumentar a lucratividade de um organização a partir da ação sobre a diversidade, muitas vezes ligada a uma abordagem eficaz (ou aparente para as partes interessadas economicamente poderosas para tratar) de cada organização informal e contrato social em constante mudança. Organizações que promovem a diversidade por razões éticas também podem colher resultados econômicos benefícios de suas iniciativas de diversidade.

4.2.5 Promoção de código de ética que deixe explícita a integração, inclusão, diversidade e punição.

No que diz respeito à inserção do debate de diversidade e inclusão nos valores da organização, o Bradesco traz em seu relato integrado que “apresentamos, com orgulho, os valores que constituem nosso DNA e estão na essência de cada um dos nossos funcionários: [...] Respeito à dignidade e à diversidade do ser humano”. Por sua vez o Banco Itaú apresenta “Uma cultura forte, pautada pela ética, colaboração, meritocracia e pelo respeito total e irrestrito às pessoas: [...] 3. Gente é tudo para a gente”. O Grupo Carrefour, na dimensão Capital Estratégia do Negócio do RI, relata que “...valorizam a diversidade e a inclusão, além de promover oportunidades para o desenvolvimento profissional.”. A Gerdau relata “A companhia trabalha para que todos os seus colaboradores sejam comprometidos com a promoção da equidade, criando assim uma cultura inclusiva, de respeito e valorização da diversidade.”

Alguns desses relatos evidenciam de forma incipiente esta abordagem, considerando “diversidade” como uma situação aberta a variadas interpretações. Tais registros não deixam evidentes, o que estaria contido nesse conceito de diversidade ao contrário do que relata Santander ao demonstrar que “a diversidade é um dos cinco princípios do nosso Código de Conduta Ética. Consideramos nossas prioridades: equidade de gênero, equidade racial, inclusão de pessoas com deficiência (PCD), diversidade de experiências e gerações e LGBTI+.”. O destaque expresso para as categorias contidas no discurso de diversidade revela-se importante como afirmação de uma causa e direcionador de ações afetivas para esses públicos não hegemônicos.

Apesar da crítica, não se pode deixar de reconhecer que a promoção da diversidade como um valor organizacional está presente nos relatos das companhias citadas. É fundamental, a partir de seus valores, o estabelecimento de uma cultura organizacional favorável, visto que, como apresentam Garcia & Souza (2010), mais importante que a existência de uma legislação, mais relevante é a implementação e desenvolvimento de uma cultura organizacional favorável em relação aos LGTBs. Irigaray (2009) complementa ao afirmar que, a simples existência de



uma política de diversidade, não garante que a discriminação não vá ocorrer no dia-a-dia, mas fortalece um posicionamento de proteção de grupos sub-representados.

4.2.6 Formalização de políticas específicas de combate ao preconceito e apoio a inclusão.

Sobre as políticas relevantes evidenciadas nos relatos integrados das organizações estudadas, foi encontrado no documento do Bradesco menção a sua Política de Diversidade e Inclusão, que tem como objetivos principais “Promover a inclusão de todos, sem discriminação e intolerância, independentemente de etnia, cor, gênero, idade, estado civil, orientação sexual ou religiosa, condição física ou classe socioeconômica.”

Por sua vez, a Gerdau relata que reconhecimento de nome social de empregados e empregadas “A empresa também volta seu olhar às pessoas trans que, embora não tenham mudado seus nomes nos documentos, podem solicitar, no momento da contratação ou a qualquer tempo, que o nome social seja adotado no crachá, no endereço de e-mail e em todos os comunicados”, prática também relatada pela COPEL “Reconhecimento do nome social – normatização do uso do nome social. Ressalte-se que no Brasil, não há legislação ou decisão judicial universal que permite o uso do nome social – em atenção, sobretudo à população transexual – excetuando-se o setor público, em função do Decreto da 8.727 de 2016 da presidência da república, dispõe sobre o uso do nome social e o reconhecimento da identidade de gênero de pessoas travestis e transexuais no âmbito da administração pública federal direta, autárquica e fundacional (BRASIL, 2016) incluindo a Resolução do CFC 1.554 de 2018 que insere tal possibilidade quando do registro profissional de contadores. (CFC, 2018)

4.2.7 Grupos e Comitês direcionados atuantes em todos os níveis da organização.

A representatividade interna assume papel fundamental nos processos inclusivos, é importante desenvolver sentimento de pertencimento, liberdade e segurança, e pode-se conseguir isso incentivando a criação de grupos voltados ao acolhimento e comitês gestores de ações voltadas a diversidade. Nessa direção foram encontrados relatos no Bradesco, com o desenvolvimento do Grupo de Afinidade de Orientação Sexual e Identidade de Gênero e no Carrefour com o TODXS+, que promove o respeito e os direitos de pessoas LGBTQIA+, propondo ações práticas e programas.

A Gerdau relata a existência de grupos de diversidade atuantes em sua organização, “Esses grupos se reúnem regularmente para discutir pautas e ações específicas para cada tema e avaliar o avanço do trabalho. Cada grupo tem como responsável um integrante da alta direção da empresa”. Os grupos evidenciados foram desenvolvidos pelos programas e comitês das organizações, não havendo evidências de grupos que se desenvolveu de forma orgânica e foram incorporados a estrutura organizacional.

A criação de grupos de recursos de funcionários, segundo Saraiva (2021), é uma estratégia adotada em grande parte das empresas, sendo esses grupos integrados por funcionários, geralmente, pertencentes a grupos sub-representados e seus aliados. Estes, por meio do compartilhamento de ideias e experiências, ajudam a desenvolver estratégias de inclusão e mudança das culturas organizacionais, quando não estão de acordo com as demandas percebidas.

O grau de abertura do ambiente de trabalho, segundo Badgett *et al.*, (2013), traz benefícios para a organização, tais como, maior comprometimento no trabalho, melhor satisfação e dão visibilidade a grupos sub-representados.

4.2.8 Abraçar a Diversidade Como Estratégia do Negócio.

A inserção da diversidade como estratégia de desenvolvimento está presente nos mais variados níveis das organizações, seja na captação, retenção e desenvolvimento de talentos, seja em estratégias de marketing, logo estas organizações enxergam a promoção da diversidade como uma vantagem em relação as demais companhias. A COPEL reconhece a importância da presença de grupos sub-representados em sua estratégia empresarial ao relatar que “...O estímulo e a boa gestão da diversidade propiciam maior produtividade e engajamento dos empregados, geram um melhor desempenho social, econômico e financeiro...” (COPEL, 2020).

O Carrefour aborda a visão de que dentre os aspectos relevantes para o crescimento e sustentabilidade, na visão da empresa, compreendem nove questões dentre elas “Saúde e diversidade dos trabalhadores”. Por sua vez, o Bradesco aborda como estratégia do negócio a promoção da diversidade, focando na atração, retenção e desenvolvimento de colaboradores, visto que há um programa de sucessão. Através de planos de desenvolvimento individuais e de capacitação e desenvolvimento profissionais.

Nossas ações e compromissos públicos na frente de Diversidade reiteram nossa crença no potencial transformador de cada pessoa, respeitando individualidades e a pluralidade. Incentivamos nossos profissionais a utilizarem todo o seu potencial, pois acreditamos que bons resultados são consequência de valores e propósitos individuais alinhados à estratégia organizacional. ”. (BRADESCO, 2020, p.21).

A Gerdau, como base para o desenvolvimento da organização, cita a evolução de “temas importantes, como nossos programas de diversidade e inclusão”. O Itaú evidencia a atração, retenção e desenvolvimento de colaboradores como gestão estratégica, “A gestão de pessoas também é de grande relevância, pois precisamos atrair e reter os melhores talentos, bem como incentivar os comportamentos necessários para nossa permanente transformação”. (ITAÚ, 2020). Por sua vez, o Santander aborda a importância da diversidade para o crescimento da instituição, trazendo a gestão de pessoas como um ponto estratégico, “Acreditamos que todas as relações devem ter o respeito como base. Independentemente de sua identidade de gênero, orientação sexual e afetividade, todos os nossos colaboradores devem respeitar a liberdade, a essência e a individualidade de seus colegas”. (SANTANDER, 2020).

A partir da análise dos relatos, pode-se observar uma prática de generalização dos colaboradores pelas empresas, como se todos compartilhassem as mesmas noções de diversidade e gestão de pessoas, que em momento algum são conceituadas. Além disso, vê-se também o uso de termos que não parecem adequados para se referirem a seres humanos, caso da Gerdau, que usou a expressão “temas” para se referir as pessoas e questões LGBTQIA+ e demais grupos abordados em seus programas de diversidade. Esses resultados se coadunam com aqueles encontrados por Thomas & Ely (1996), segundo os quais, uma força de trabalho diversificada leva a melhor efetividade entre os grupos de trabalho, promovendo uma melhoria na tomada de decisões e resolução de problemas.

4.2.9 Desenvolvimento de programas de incentivo à diversidade e Eventos Realizados nas Organizações.

Com a formação de grupos e comitês, bem como a formalização de políticas, surgem os programas específicos voltados a comunidade LGBTQIA+ dentro das organizações. Os programas têm como função estabelecer e fortalecer as iniciativas e promover a conscientização, na maior parte dos casos, proporcionando a realização de eventos educacionais e inclusivos, como encontros, palestras, exposições, seminários e até mesmo eventos esportivos. Uma boa forma de combater o preconceito é a educação e a vivência e os programas implementados buscam isto, como mencionado por Brasil (2007) que afirma a educação como espaço de construção de conhecimento e de desenvolvimento do espírito crítico, onde se

formam sujeitos, corpos e identidades, torna-se uma referência para o reconhecimento, respeito, acolhimento, diálogo e convívio com a diversidade. Um local de questionamento das relações de poder e de análise dos processos sociais de produção de diferenças e de sua tradução em desigualdades, opressão e sofrimento.

Nesse sentido, a COPEL evidencia seu Programa da Diversidade, que segundo seu relato, fomenta a busca por igualdade de direitos, oportunidades e reconhecimento para todas as pessoas. A Gerdau também segue o seu próprio Programa de Diversidade e Inclusão, que é organizado por grupos de afinidade com os temas. O mesmo acontece com Itaú, Bradesco e Carrefour.

Segundo Ethos (2013), comunicações internas, práticas de sensibilização, produção de cartilhas e outros meios de educação e desenvolvimento profissional que tragam a temática da diversidade e valorização das diferenças, combate a assédio, erradicação de práticas discriminatórias, promovem um cenário mais favorável ao tratamento da questão LGBTQIA+, entretanto não se deve limitar a isso.

A promoção de eventos assume papel fundamental nos processos de inclusão e apoio a diversidade, de acordo com Ethos (2013), essas ações são importantes para que tragam para a organização especialistas, lideranças governamentais e sociais para abordar o tema, também proporcionam condições para a melhor compreensão das questões LGBTQIA+, reafirmando suas lutas, conquistas e desafios na sociedade e na empresa. Partindo-se de uma dimensão pedagógica, unindo colaboradores, investidores, parceiros e promovendo a mudança de cultura organizacional, têm-se um caminho, pautado na educação e nas relações desenvolvidas nestes eventos, para o respeito a diversidade de forma verdadeira, promovendo, de fato, a cultura inclusiva através da interação entre as pessoas e da exposição das bandeiras de lutas LGBTQIA+.

4.2.10 Suporte Social (Psicológico, Médico e Jurídico)

A disponibilização de suporte psicológico e jurídico a pessoas LGBTQIA+, assume importância no desenvolvimento do indivíduo, uma vez que o suporte psicológico contribui para a mitigação de problemas que podem afetar, tanto a esfera pessoal quanto profissional, causados, diversas vezes, por violências físicas e simbólicas devido orientação sexual ou identidade de gênero. O apoio jurídico facilita a alteração de documentos para pessoas trans e suporte legal em casos de preconceito e discriminação.

A Gerdau evidencia em seu Relato Integrado a realização de uma parceria com o Hospital Albert Einstein, onde é possível a realização de atendimentos virtuais para colaboradores, além disso evidencia também “Há também o programa Mais Cuidado, pelo qual os participantes podem receber apoio psicológico ou jurídico em momentos de necessidade” (GERDAU, 2020) e relata também que a existência de “Plano de saúde: inclusão de parceiro do mesmo sexo como dependente no plano [...] Apoio a colaboradora transgênero em processo de transição” (GERDAU, 2020). Por sua vez, o Bradesco relata que “Por meio do canal Lig Viva Bem, oferecemos suporte social, psicológico e médico e auxílio jurídico para diversas questões, incluindo a transição de gênero”. Essas ações estão entre as mais objetivamente ligadas à diversidade sexual relatadas nos documentos analisados, fornecendo uma comunicação de uma ação efetiva da empresa, podendo servir como *benchmark* para outras organizações.

De acordo com Braga *et al.*, (2017) a violência contra a população LGBTQIA+ está fortemente presente no dia-a-dia dessas pessoas que desviam da norma heterossexual estabelecida socialmente. A violência pode ser, não apenas física, mas verbal e psicológica. A atenção e suporte social são necessários não apenas nos casos de violência, mas importantes para o processo de auto entendimento e aceitação.



Diante das situações mencionadas, é interessante que as empresas realmente comprometidas com a promoção da diversidade apresentem serviços de suporte social aos colaboradores que necessitarem.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O ambiente organizacional está cada vez mais heterogêneo, no qual indivíduos com diferentes etnias, gênero, religiões e orientações sexuais precisam conviver e essa realidade diversa associada às pressões sociais e de investidores, geraram o ambiente propício no mercado para o desenvolvimento de políticas e ações promotoras da inclusão. Ressalte-se que um ambiente diverso tem maior possibilidade de desenvolvimento, tanto dos colaboradores, como indivíduos, quanto da organização enquanto empregadora.

Evidencia-se que, a partir de 2019, as organizações pesquisadas adotaram grupos e comitês voltados exclusivamente a diversidade, bem como associações destas organizações a entidades de defesa das causas LGBTQIA+, entretanto, apesar das mudanças estarem ocorrendo também se observa, a considerar que 14 das 30 corporações estudadas não apresentaram nenhum registro relativo a políticas voltadas a diversidade e inclusão nos seus Relatos Integrados ou essas ações não existem ou não consideradas como relevantes para estarem relatadas em tal publicação.

Através das análises de conteúdo foi possível inventariar dez práticas que foram evidenciadas entre as 16 organizações que evidenciaram em seus relatos integrados políticas de diversidade e inclusão, sendo elas a promoção de código de ética que deixe explícita a integração, inclusão, diversidade e punição; Abraçar a diversidade como estratégia do negócio; Existência de Grupos e Comitês direcionados atuantes em todos os níveis da organização; Formalização de políticas específicas de combate ao preconceito e apoio a inclusão; Desenvolvimento de programas de incentivo a diversidade e eventos; Observação de demandas internas, mercado e sociedade; Associação a entidades civis representantes da população LGBTQIA+; Parcerias para a atração de novos colaboradores pertencentes a grupos sub-representados; Suporte Social (Psicológico, Médico e Jurídico); Adoção de posicionamento público.

A falta de ações inovadoras também é uma questão evidente, percebe-se a partir deste estudo que as organizações tendem a imitar as atitudes umas das outras, apenas uma pequena parcela promove ações realmente diferenciadas e com resultados mais palpáveis para o cotidiano dos colaboradores beneficiados

Observou-se, contudo, que alguns relatos não são específicos ou não definem de modo preciso quais os beneficiados de certas ações ou mesmo quais são as ações desenvolvidas dentro dessas políticas. Em verdade, esse pode ser um limitador do documento escolhido para análise, constituindo, portanto, uma limitação de pesquisa, contudo, era de se esperar que um instrumento que apresenta narrativas institucionais, como se propõe o Relato Integrado, deve inserir tudo aquilo que é prioritário em termos de gestão e estratégia de negócios, logo, aquilo que nele é ocultado não estaria entre duas diretrizes essenciais.

Considerando-se a dinâmica e velocidade com as quais a sociedade contemporânea vem passando, em função sobretudo da difusão de informações ampliada pelo surgimento de redes sociais eletrônicas é possível que as organizações estudadas ainda estejam formulando a melhor forma de evidenciação de suas políticas, fenômeno que poderá ser investigado em novos estudos contemplando os Relatos Integrados dos próximos anos. É importante ressaltar, também como limitação do estudo, que não foram feitas análises sobre a efetividade das políticas citadas, restando essa possibilidade para a consecução de futuros estudos a partir desta investigação.



Assim a principal contribuição desse estudo é a de revelar um panorama atual das políticas desenvolvidas por grupos empresariais brasileiros de referência, com a possibilidade de gerar ideias e orientar outras organizações na adoção de políticas de diversidade e inclusão para população LGBTQIA. Outro aspecto diz respeito a importância da evidência das políticas e ações de inclusão nos Relatos Integrados, já que este documento é responsável por evidenciar informações, não apenas financeiras, mas sociais aos investidores e demais interessados, agindo como o conector entre as empresas e a sociedade.

REFERÊNCIAS

- Badgett, M. V. *et al.*, (2013). *The business impact of LGBT-supportive workplace policies*. The Williams Institute. Disponível em < <https://williamsinstitute.law.ucla.edu/wp-content/uploads/Impact-LGBT-Support-Workplace-May-2013.pdf>> Acesso em abr de 2022.
- Bardin, L. (2011). *Análise de Conteúdo*. São Paulo: Ed. Revista e Ampliada.
- Borrillo, D. (2010). *História e crítica de um preconceito*. Belo Horizonte: Autêntica.
- Braga, I. F. *et al.*, (2017) Rede e apoio social para adolescentes e jovens homossexuais no enfrentamento à violência. *Psicologia Clínica*, 29(2) p. 297-318.
- Brasil. (2007). *Gênero e Diversidade Sexual na Escola: reconhecer diferenças e superar preconceitos*. Caderno da Secretaria de Educação Continuada, Alfabetização e Diversidade, Brasília.
- Brasil (2016). *Decreto nº 8.727/2016*. Dispõe sobre o uso do nome social e o reconhecimento da identidade de gênero de pessoas travestis e transexuais no âmbito da administração pública federal direta, autárquica e fundacional. Disponível em < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2016/decreto/d8727.htm>. Acesso em jul de 2022.
- Brasil. (1988). *Constituição da República Federativa do Brasil*. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico.
- Caldas, G. R. (2022). Ferreira et al. Sexualidade do público LGBTQIA+ e a consulta multiprofissional:(des) evolução?. *Research, Society and Development*, 11(1), p.45-58.
- Cardoso, J. (2003). *Metodologia da Pesquisa*. Programa De Pós-graduação Stricto Sensu em Gestão. Brasília.
- Conselho Federal de Contabilidade – CFC (2018). *Resolução 1.554 de 2018*. Dispõe sobre o Registro Profissional dos Contadores. Disponível em < https://www2.cfc.org.br/sisweb/sre/detalhes_sre.aspx?554> Acesso em jul 2022.
- Costa. W. S., & Pires, J. C. S. (2015) Sexualidade e Trabalho: discriminação e o preconceito sofrido pelos homossexuais no ambiente de trabalho. *Qualia: a ciência em movimento*, 1(1), p.78-105
- De Menezes, M. S., Oliveira, A. C., Nascimento, A. P. L. (2018). LGBT e mercado de trabalho: uma trajetória de preconceitos e discriminações. In: *Anais... ConQueer*, 2018. Disponível em < <https://www.editorarealize.com.br/index.php/artigo/visualizar/40228> > Acesso em mar de 2022
- Facchini, R. (2011)'Não faz mal pensar que não se está só': estilo, produção cultural e feminismo entre as minas do rock em São Paulo. *Cadernos Pagu*, p. 117-153.
- Farinha, C. A. (2017). Um Olhar Sobre a Inclusão da Diversidade Sexual nas Organizações, *Perspectivas em Políticas Públicas*, 10 (20), p.211-240.
- Flores-Pereira, M. T., Eccel, C. S. (2010) *Diversidade nas organizações: uma introdução ao tema*. In.: Bitencourt, C. (org) *Gestão contemporânea de pessoas: novas práticas, conceitos tradicionais*. 2 ed. Porto Alegre: Bookman.

- Garcia, A., & Souza, E. M. (2010). Sexualidade e trabalho: estudo sobre a discriminação de homossexuais masculinos no setor bancário. *Revista de Administração Pública*, 44(6), 1353-1377.
- Gordono, F. S. (2009). Conceitos, práticas e estudo de casos da gestão da diversidade em empresas do centro oeste paulista. 2009. 68 f. Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Engenharia, 2009. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/11449/94776>>. Acesso em jun 2022.
- Hammond, T (2018). LGBTQ1 accountants: a call for oral history research . *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 9(5), p. 615-624
- HEY, A. et al. (2022). Desafios para o ODS 16: uma perspectiva sobre violência e homofobia em relação à Justiça. *Conjecturas*, 22(5), p. 521-545.
- Instituto Ethos (2013). *O Compromisso das Empresas com os Direitos Humanos LGBT*. São Paulo. Disponível em <https://www.ethos.org.br/wp-content/uploads/2013/12/Manual-LGBT_Dez_2013.pdf> Acesso em maio de 2022.
- International Integrated Reporting Council. *A estrutura internacional para relato integrado: International Reporting*. Londres: IIRC, 2014.
- Irigaray, H. A. R. (2009). Gays no mundo corporativo: rompendo o pacto do silêncio. *O Social em Questão*. 11(20), p. 110-141, 2009.
- JESUS, J. G. (2012). *Orientações Sobre Identidade de Gênero: Conceitos E Termos*. 2 ed. Brasília..
- Killerman, S. (2011). The genderbread person. Disponível em <<https://www.samkillermann.com/work/genderbread-person/>> Acesso em agosto de 2022.
- Lima, J. P. R., Casa Nova, S. P. C., Sales, R. G., & Miranda, S. C. D. (2021). Regimes de (des)igualdade na auditoria: podemos levar nosso verdadeiro eu para o trabalho? *Revista Catarinense da Ciência Contábil*, 20, p. 1-22.
- Lima, J. P. R., Bittar-Godinho, J., & Bittar-Godinho, D. (2021). Pequeno Manual Anti-LGBTfóbico Para Aprender e Ensinar Contabilidade na/para/com a Diversidade. *Anais... XIV Congresso ANPCONT*, 2021.
- Miskolci, R (2012). *Teoria Queer: um aprendizado pelas diferenças*. Belo Horizonte: Autêntica.
- Moreira, D. A. R., & Mendes, S. J. (2020). Proteção social e a comunidade LGBTQI. | *Journal of Management & Primary Health Care*, 12 (n. spec), p. 1-2.
- Morrison, A. M. (1996) *The New Leaders: Guidelines On Leadership Diversity In America*. São Francisco: Jossey-Bass.
- Natividade, M. et al., (2021) Avaliação da Política Sexual para a População LGBTQIA+: Entre percepções de sujeito/as e ações do estado. *Revista Brasileira de Estudos da Homocultura*, 4(14), p. 364-392.
- Nkomo, S. M., & Cox Jr., T. (2006) *Diversidade e Identidade nas Organizações*. In: CLEGG, S.R., Hardy, C., & Nord, W. R. Handbook de estudos organizacionais. v.11. São Paulo: Atlas.
- Observatório de Mortes e Violências LGBTI+ no Brasil (2021). *Dossiê de Mortes e Violências contra LGBTI*. Disponível em <<https://observatoriomorteseviolenciaslgbtibrasil.org/>> Acesso em jun de 2022.
- Organização das Nações Unidas – ONU (2015). *Agenda ONU 2030 para o Desenvolvimento Sustentável*. Disponível em < <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs>>. Acesso em abr de 2022.
- Organização das Nações Unidas – ONU. (2022). *ONU quer medidas efetivas para proteção dos direitos humanos da população LGBT*. Disponível em < <https://brasil.un.org/pt-br/62664-onu-quer-medidas-efetivas-para-protacao-dos-direitos-humanos-da-populacao-lgbt>>. Acesso em jul de 2022.



- PERES, W. S., & De Melo, R. A. (2013). Diversidade Sexuais e Expressões de Gêneros. *Revista Brasileira de Sexualidade Humana*, 24(1), p.53-69.
- Nunes, V. E. F., Portéro, C. S. S. (2019) A Parada do Orgulho LGBT na Cidade de São Paulo: Manifestação Cultural de Empoderamento e Combate ao Preconceito. *Boletim do Observatório da Diversidade Cultural*, 83 (03), pp. 51-62.
- Rios, R. R., Piovesan, F. (2001). *A discriminação por orientação sexual*. Série Cadernos do CEJ, v. 24, Brasília.
- Rohm, R. H., Martins, J. O., Valuano, G. S. (2020). Compromisso com a Diversidade ou Gestão da Imagem? Uma Análise das Empresas Filiadas ao Fórum de Empresas e Direitos LGBTI+. *Revista Brasileira de Estudos Organizacionais*, 7(2) p. 339-382.
- São Paulo (2020) - Secretaria da Justiça e Cidadania. Coordenação de Políticas para a Diversidade Sexual. *Diversidade sexual e cidadania LGBTI+*. 4 ed. São Paulo: SJC/SP.
- Rumens, N. (2016). Sexualities and accounting: A queer theory perspective. *Critical Perspectives on Accounting*, 35, 111-120.
- Saraiva, L., & Irigaray, H. (2009). Políticas de Diversidade nas Organizações: Uma Questão de Discurso? *RAE*, 49(3), p. 337-348.
- Silva, A. O. R. (2017) *Diversidade Sexual: Lutas e Conquistas da População LGBT*, Fortaleza: IFCE.
- Siqueira, V. V. S. B. (2015). *Comunidade LGBT: um levantamento das estratégias de interação entre empresas e a comunidade LGBT*. 2015.
- Thomas, D. A., & Ely, R. J. (1996). Making Differences Matter: A New Paradigm For Managing Diversity. *Harvard Business Review*, 74(5) pp. 79-90.
- Torres, C. V., & Pérez-Nebra, A. R. (2004) *Diversidade cultural no contexto organizacional*. In: Zanelli, J. C., Borges-Andrade, J. E., & Bastos, A. V. B. (Org.) *Psicologia, Organizações e Trabalho no Brasil*. Porto Alegre: Artmed.
- Unerman, J. (2018). Celebrating advances in LGBT+ diversity in the accountancy Profession: Not letting idealistic purity become the enemy of progress. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 9(5), p. 636-64.
- Viegas, C. M. A. R., & Pamplona Filho. R. M.V. (2020). Discriminação de gênero e orientação sexual nas relações de trabalho. *Revista Argumentum*, 21(1), pp. 39-64.