

Pesquisa de opinião quantitativa - as interfaces da gestão empresarial frente às Diversidades Sexuais¹

Ana Claudia do Nascimento BATISTA²
Felipe Ferreira SIMIONATO³
Mateus Batista ONOFRE⁴
Renan Felipe ROSSINI⁵
Dra. Sonia Aparecida CABESTRÉ⁶
Universidade do Sagrado Coração, Bauru, SP

RESUMO

Este artigo tem por objetivo analisar a empregabilidade do público L.G.B.T.T.T. na cidade de Bauru e região sob a ótica de universitários atuantes no mercado de trabalho. Também, buscou-se mensurar a importância do conjunto de ações que contribuam para um ambiente de trabalho harmônico e receptivo a essa realidade. Primeiramente, procedeu-se a busca por informações para aquisição de embasamento teórico, fator que permitiu fundamentar as inferências que dizem respeito ao universo que cerca o tema estudado. A realização de uma pesquisa de opinião pública de caráter quantitativo concedeu aos pesquisadores o levantamento de dados e avaliação dos episódios discriminatórios envolvendo sexualidade dentro das organizações e atitudes adotadas pelos gestores diante dessas situações. Tendo em vista que a problemática abordada é de interesse público e afeta os padrões sociais de modo geral, esta pesquisa possibilita o desenvolvimento de outros estudos que permeiam essa temática, contribuindo assim para a evolução sociocultural do ser humano.

PALAVRAS- CHAVE: Comunicação; Igualdade Sexual; Inclusão; Relações Públicas.

1 Fundamentação Teórica

1.1 Diversidade no contexto brasileiro – principais aspectos

¹ Trabalho apresentado no IJ 3 – Relações Públicas e Comunicação Organizacional do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 17 a 19 de junho de 2016.

² Graduanda do Curso de Relações Públicas da Universidade do Sagrado Coração. E-mail: ana.cnb@hotmail.com

³ Graduando do Curso de Relações Públicas da Universidade do Sagrado Coração. E-mail: ff.simionato@gmail.com

⁴ Graduando do Curso de Relações Públicas da Universidade do Sagrado Coração. E-mail: mateus.onofre91@gmail.com

⁵ Graduando do Curso de Relações Públicas da Universidade do Sagrado Coração. E-mail: renanfrossini@gmail.com

⁶ Orientadora do trabalho. Docente da Universidade Sagrado Coração (USC), Doutora em Educação – Ensino na Educação Brasileira pela UNESP de Marília. Professora do Curso de Relações Públicas da USC, Coordenadora do Curso de Especialização em Gestão Estratégica da Comunicação da Universidade Sagrado Coração e Líder do Grupo de Pesquisa GPECOM (USC). E-mail: scabestre@uol.com.br.

Historicamente, a humanidade vivenciou inúmeras revoluções que agregaram, diretamente, diversos valores sociais que estão refletidos na atualidade. A diversidade está presente desde os primórdios e destaca-se por tornar o convívio humano mais harmonioso e distinto. De acordo com o dicionário *Michaelis* (2015) o verbete “diversidade” contém o significado daquele ou daquilo que é diverso, diferença, dessemelhança ou diversidade de dons.

Entretanto, é importante ressaltar que o termo possui uma grande variedade de significâncias, interpretações e ideologias.

Fleury (2000, p. 19) assim se posiciona:

Os brasileiros valorizam sua origem diversificada, incluindo as raízes africanas, presentes na música, na alimentação, no sincretismo religioso. Mas é uma sociedade estratificada, em que o acesso às oportunidades educacionais e às posições de prestígio no mercado de trabalho é definido pelas origens econômica e racial.

No Brasil, a diversidade inseriu-se por meio do processo exploratório, colonizador e migratório de povos estrangeiros. Neste período ressaltam-se o trabalho escravo, inicialmente com os índios nativos e, posteriormente, com negros, trazidos da África e condicionados a situações de tortura e desumanidade.

Os resquícios destas heranças culturais, por vezes impostas, permearam política e socialmente o desenvolvimento cronológico do país contribuindo para que padrões estéticos e comportamentais fossem se estabelecendo, resultando na insuficiência em eliminar pensamentos discriminatórios que ganharam força e, atualmente, travam combates sociais em diversas esferas.

Recentemente, o decurso da globalização passou a abrigar em seu amplo guarda-chuva organizacional a multiplicidade de gêneros e o multiculturalismo, realçando a necessidade de discussões acerca das condições em que estão sujeitos os indivíduos e suas diferenças.

Fleury (2000, p. 19) atribui que as diferenças de identidades individuais (tanto físicas quanto culturais) interagem com uma complexa gama de fatores individuais, grupais e organizacionais (o clima) para determinar o impacto da diversidade nos resultados individuais e organizacionais.

Goldberg (1997, p.21) pontua sobre as diferenças culturais:

A não homogeneidade está na origem de tudo. Faz pouco sentido interpretar a homogeneidade como natural em termos de condição social ou ideais e valores. Homogeneidade é um artifício. Não reivindico que a migração é natural, mas de algum modo, é parte de nossa condição natural.

Deste modo constrói-se a personalidade e as respectivas singularidades de cada ser, fator que tem sido esquecido na sociedade vigente e gerado conflitos.

Isto posto, parte de tal desatenção origina-se da desatualização e falta de interesse em relação às evoluções socioculturais, sua relevância e atuação política no âmbito empresarial e, para efeitos de cidadania, como tais afligem peculiarmente o núcleo envolvido.

Atualmente, no Brasil, a questão da diversidade sexual ainda é um tabu, pois a falta de acesso à educação de qualidade e o forte padrão cultural imposto colaboram para que esse paradigma ainda permeie nossa realidade como algo negativo. Dessa forma, são destinados a ter o senso crítico restrito, contribuindo para que cidadãos de bem tornem-se pessoas julgadoras e preconceituosas, com limitações para aderir à novas ideologias, fator que influencia na harmonia conjuntural.

A disseminação e a popularização da diversidade sexual no contexto brasileiro vêm ocorrendo de forma gradativa e evidentemente falha, pois na escola pública, por exemplo, os alunos não têm noções básicas de comportamento e, tampouco, informações gerais sobre vários assuntos em sua grade curricular.

Segundo Bauman (2001, p. 28) “não só não há contradição entre dependência e libertação: não há outro caminho para buscar a libertação senão “submeter-se à sociedade e seguir suas normas”.

Tendo como base a ideia de que, segundo a legislação, todos têm o direito de ir e vir, percebe-se certa contradição quando é feita uma análise detalhada da inserção do público L.G.B.T.T.T. (Lésbica, Gay, Bissexual, Travesti, Transexual e Transgênero) no mercado de trabalho brasileiro. Por outro lado, algumas empresas com estrutura orgânica e posicionamento visionário já contratam e até proporcionam benefícios para cônjuges de casais do mesmo sexo.

Nas entrelinhas da evolução da inclusão social da diversidade sexual no Brasil surgem ativistas (empresários, políticos etc) e grupos sociais organizados para que as pessoas que hoje são excluídas de determinadas atividades (contratação em empresas, usufruto de benefícios comuns determinados por lei, entre outras) sejam inseridas de forma natural nas ações voltadas à comunidade, sem que sofram agressão psicológica, moral e social em excesso.

1.2 Inclusão Social X Diversidade Sexual

Os amplos e complexos processos de transformação ocorrentes na sociedade pós-moderna destacam-se pela ação contínua de classes historicamente oprimidas frente a padrões previamente impostos socialmente. Uma das formas de manifestar suas opiniões, objetivos e interesses, é “dando a cara à tapa” para demonstrar seu nível de preocupação com a sua inserção no meio social em que vivemos.

Comumente, essas classes lutam por seus direitos, reivindicam práticas corretas e eficazes de políticas que as envolvem e, assiduamente, busca-se a inclusão desses indivíduos no ambiente social comum, seja na escola, no *shopping*, no supermercado ou até mesmo em seu ambiente de trabalho, principalmente quando a inclusão da diversidade sexual na contemporaneidade está em debate.

Para Kowarick (2006, p. 61-85), a inclusão social “é um processo que visa promover a inclusão dos segmentos em vulnerabilidade social, destacando a cidade, a escola, o emprego e a proteção social”.

Este processo cabe a órgãos governamentais, que são incumbidos de elaborar planos e estratégias que visem a desmistificação de estereótipos que assombram o desenvolvimento social e atrapalham a evolução crítica do ser humano.

Quando se trata de questões de gênero e sexualidade, deve-se explicar pedagogicamente qual é a realidade em que esse público está inserido e as verdadeiras definições de lésbica, gay, bissexual, travesti, transexual e transgênero para que haja discernimento pela maior parcela da sociedade civil (heterossexuais) acerca desse assunto.

É um grande desafio evitar conflitos a fim de igualar os direitos e oportunidades de vida, deixando todos no mesmo patamar de respeito, condição e aceitação social em uma sociedade em que os relacionamentos são extremamente vulneráveis e mutáveis, porém, ressalta-se que a inclusão deve ser feita por todos.

Em decorrência dos fatores expostos, nota-se que a abrangência dos aspectos socioculturais atua como paradigma propulsor ao preconceito e impossibilita a inserção desses indivíduos no meio social e organizacional.

1.2.1 A diversidade sexual no âmbito das organizações

A homofobia corresponde ao ódio, repugnância e preconceito que as pessoas possuem em relação aos homossexuais, lésbicas e bissexuais, devido a não aceitação de seus trejeitos e particularidades. Mesmo com os avanços sociais, o público L.G.B.T.T.T.

ainda sofre certo tipo de opressão dentro das organizações em que trabalham, seja pela falta de informação ou conhecimento que envolve o ambiente empresarial.

Acredita-se ainda que as organizações gastam muito de sua energia para manter as aparências e elaborar estratégias que escondam o preconceito envolto nesse território empresarial. Mas em tempos atuais, é praticamente impossível fugir da diversidade. Lopes (2012, p. 42) afirma que “novas” identidades culturais obrigam a reconhecer que a cultura, longe de ser homogênea e monolítica, é, de fato, complexa, múltipla, desarmoniosa, descontínua.”

Talvez, por nenhuma empresa concordar em assumir o mau relacionamento entre seus funcionários, o respeito à diversidade ainda é um assunto pouco abordado, mas que deve se tornar cotidiano para que as pessoas possam viver num ambiente social e organizacional livre de preconceitos e julgamentos.

Essa temática da diversidade sexual dentro das organizações é recente, porém relevante, por ser um assunto que trata de aspectos como a ética, justiça organizacional, igualdade, satisfação e bem-estar no ambiente de trabalho. Nesse contexto, as questões de gênero e homossexualidade continuam sendo um grande tabu, pois são, talvez, as diversidades mais difíceis de serem tratadas dentro das empresas.

Duas em cada dez empresas se recusam a contratar homossexuais para integrar seu quadro de funcionários. Essa consideração é de uma pesquisa realizada pela empresa de recrutamento e seleção Elancers, em 20 de maio de 2015, que entrevistou cerca de 10 mil empregadores e concluiu que quase 20% das empresas que atuam no Brasil se recusam a contratar homossexuais com medo de que sua imagem seja associada a eles e cerca de 7% dessas empresas cogitariam a possibilidade de contratá-los desde que o candidato jamais pudesse chegar a um cargo de visibilidade, como o de executivo.⁷

O que muitos consideram “*bullying homofóbico*” ocorre frequentemente no ambiente empresarial quando seus funcionários são julgados pelas suas roupas, cor da pele ou aparência. Esses comportamentos discriminatórios não tem fim e impedem que o público L.G.B.T.T. tenha um convívio justo com as mesmas oportunidades que os demais.

⁷ **Duas em cada dez empresas se recusam a contratar homossexuais no Brasil.** 2015. Disponível em: <<http://www.cartacapital.com.br/sociedade/duas-em-cada-dez-empresas-se-recusam-a-contratar-homossexuais-no-brasil-1703.html>> Acesso em: 08 set. 2015

1.3 O papel do profissional de Relações Públicas nesse contexto

As Relações Públicas atuam no mercado como gestão de sistemas inteligentes de relacionamentos simétricos da organização com públicos influenciadores. Pensando nas relações mais horizontais que verticais, o profissional de Relações Públicas deve agir estrategicamente sensibilizando o olhar organizacional para a importância de seus públicos e das relações a serem consolidadas. Por ser multidisciplinar e multifacetada a atividade de relações públicas permite ao profissional um conhecimento mais direcionado e específico dos públicos.

É preciso buscar o consenso empresarial que agrade os desejos e necessidades dos públicos. Desta forma, o profissional deve analisar o contexto social e organizacional. Para atingir seu maior objetivo que “(..) se traduz no tratar com cortesia a todos indistintamente para que se sintam no mesmo plano de igualdade” (ANDRADE, 1993, p. 31).

Vivemos um cenário social em que a tecnologia se destaca e a informação se dissemina rapidamente. Além disso, é um cenário em que tudo é tratado com muita delicadeza e tem de plantão muitos críticos de opiniões divergentes, que gera uma participação significativa dos públicos nas decisões organizacionais, o que lhes dá o direito de requererem políticas sustentáveis, incentivo à atividades culturais e apelo à integração de grupos desfavorecidos.

O tema que mais tem gerado repercussão midiática e que mais tem influenciado os passos dados pelas grandes empresas é a questão LGBTTT (Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais e Transgêneros), que tem se destacado nas últimas décadas adotando uma posição relevante por intermédio de diversos grupos ativistas em defesa da causa, deixando para trás o quadro de marginalização.

Conforme aponta Ferreira (2013) em seu *blog*, esses grupos se reúnem por se sentirem menosprezados e serem marginalizados. Em 28 de junho de 1969, *gays* se rebelam contra uma perseguição de civis em Nova Iorque, por isso o dia ficou marcado como o dia internacional da causa. No Brasil, os movimentos chegam um pouco mais tarde em (1979/1980), o que evidencia a importância da atuação do profissional de Relações Públicas frente às organizações, buscando desenvolver mecanismos que envolvam esse tema e público, trabalhando com ações éticas que visam desmistificar determinados pontos de vista.

As grandes empresas, apoiadas por suas equipes de comunicação, tem se posicionado positivamente adotando medidas de integração com todos os públicos,

aglutinando seus relacionamentos, procurando atender também as necessidades do público LGBTTT e, ao mesmo tempo, proporcionando um ambiente de trabalho harmônico e igualitário entre todos os colaboradores internos. Porém, o preconceito e a ausência de informação institucional e social ainda é um fator que gera violência e desconforto para esse grupo.

Externamente, muitas empresas tem se colocado a favor da causa LGBTTT, mas ainda há dúvidas se internamente as posições adotadas são as mesmas, ou seja, se há realmente um suporte efetivo que permeia o ambiente de trabalho, passando segurança e apoio aos colaboradores, como se portam diante de situações delicadas e como se dá o convívio institucional. Para tanto, cabe ao profissional de Relações Públicas desenvolver atividades de diagnóstico, planejamento, assessoria e execução, colaborando com as organizações no intuito de humanizar os empregadores dos diferentes segmentos de atuação.

Apresentados os fundamentos que têm íntima relação com o tema, destaca-se a seguir os principais resultados de uma pesquisa de opinião realizada com universitários.

2 Pesquisa de opinião abordando a inserção da comunidade de L.G.B.T.T.T. no mercado de trabalho

A pesquisa **objetivou** identificar, sob a ótica dos universitários da Universidade do Sagrado Coração, as atitudes presentes no ambiente organizacional em relação ao público L.G.B.T.T.T. nas cidades de Bauru e região. Também, buscou-se analisar a importância do conjunto de ações que contribuem para um ambiente de trabalho harmônico e receptivo a essa nova realidade.

Para o desenvolvimento da pesquisa de opinião foi utilizado o **método quantitativo**. Colaboraram com a pesquisa 200 universitários, escolhidos através de um padrão de coleta de dados, previamente estabelecido com base no número de universitários atuantes no mercado de trabalho, para que, ao final da coleta fosse perceptível, através da interpretação das informações, mensurar uma visão mais ampla e coerente do cenário organizacional diante da inserção da comunidade L.G.B.T.T.T.

Com a colaboração da professora e orientadora deste estudo foram determinados procedimentos para a realização da pesquisa. O grupo ordenou-se para abordar os universitários no campus da Universidade do Sagrado Coração no período noturno: essa abordagem ocorreu de 07 a 21 de outubro de 2015. A partir desse processo, é importante

ressaltar que o perfil dos entrevistados não foi condizente com o esperado, ou seja: 54,5% dos entrevistados são do sexo masculino, apesar da universidade comportar em sua maioria o sexo feminino. Representando 83,5% do público informante estão as pessoas entre 17 e 27 anos, um número significativo; 70% trabalham em empresas de Bauru e apenas 30% dos pesquisados exercem atividades remuneradas em cidades da região.

A pesquisa indica que 85% dos universitários trabalham nas empresas de 0 a 3 anos, fato esse que influencia na capacidade de conhecer profundamente a respeito da organização, suas políticas e diretrizes. Esse fator possibilitou ao grupo obter uma nova linha de pensamento acerca do assunto estudado.

A seguir, estão expostos os resultados da pesquisa. Para este artigo elegeu-se questões de maior destaque que possibilitam interpretação mais coerente a respeito da temática estudada.

Questão 1 – Qual é a sua opinião sobre o conteúdo exposto pela mídia a respeito da inserção dos homossexuais no mercado de trabalho?

O público informante apresentou respostas variadas sobre o conteúdo exposto pela mídia. A metade dos entrevistados, ou seja, 50% apontaram insatisfação com a divulgação midiática acerca da inclusão de gênero no ambiente organizacional; porém, não foram identificadas em suas respostas aprofundamento argumentativo.

Consequente a isso, 31,5% dos universitários categorizaram a abordagem midiática como tendenciosa, fator que, segundo alguns deles, contribui para reforçar o estereótipo de que homossexuais encontram-se qualificados apenas para trabalharem no setor artístico e estético, limitando-os a atuarem nas demais áreas. Apenas 10% dos entrevistados não possuem opinião formada, o que pode significar alienação e/ou desinteresse sobre o tema.

Por outro lado, 7% dos entrevistados validaram como satisfatória a maneira como a mídia conduz e divulga o assunto, classificando o conteúdo como suficiente à sociedade que não deve sentir-se invadida por questões contrárias à instituição familiar tradicional.

Grande parte do público manifestou-se contra a forma de exposição feita pela mídia sobre este assunto. Desse modo, percebe-se a incipiência evidente referente ao tema abordado e sua reflexão comportamental em cada indivíduo como ser social.

Questão 2 – Você conhece o significado da sigla L.G.B.T.T.T.?

As recentes atualizações feitas na sigla L.G.B.T.T.T. exercem direta influência nas respostas apresentadas pelo grupo informante nesta questão. Com isso, a maioria dos pesquisados, 69,5% alegaram não conhecer completamente o significado e suas novas classificações de gênero, mas demonstraram interesse em informarem-se.

Por outro lado, 24% dos entrevistados relataram completo desconhecimento, impressionando-nos visto que as letras referentes a “Lésbicas” e “Gays” são comumente conhecidas. Há margem especulativa acerca dos motivos envolvidos.

Por fim, a menor parcela, 6,5% demonstrou conhecimento completo, um número ínfimo e preocupante diante das novas discussões acerca de liberdade e inclusão.

Com esta questão atingimos parcialmente um dos objetivos específicos que consistia em conhecer e avaliar as opiniões sobre a temática no contexto social e organizacional.

Questão 3 – No dia a dia da sua empresa como são tratadas as questões referentes aos homossexuais?

Pode-se considerar, diante dos dados coletados, que as organizações encontram-se preparadas para acolher e tratar de questões que dizem respeito a diversidades sexuais e de gênero, algumas inclusive instituíram políticas igualitárias a fim de humanizar tal processo.

A maior parte do público entrevistado, 43%, acredita que em seus respectivos ambientes de trabalho as pessoas tratam a temática da diversidade sexual de modo harmonioso e sinérgico.

Em contrapartida, 38,5% afirmam não haver discussões ou qualquer outro tratamento que envolva tais questões. Há ainda 11% relacionados a completa exclusão deste público como pertencente ao quadro de colaboradores, atrelados aos 3,5% de empregadores que optam pela não contratação destes.

Como esperado, respondendo à questão norteadora do estudo, estes números revelam certa omissão das empresas em discutirem o assunto, evidenciando o surgimento precoce e gradativo dessa temática dentro das organizações, um fator oriundo da cultura organizacional tradicional dominante em âmbito nacional.

Questão 4 – Já presenciou em seu ambiente de trabalho algum episódio envolvendo preconceito sexual?

Quando questionados sobre a presença de episódios discriminatórios com o público L.G.B.T.T.T. nas empresas em que trabalham, 86,5% dos entrevistados afirmaram não ter conhecimento a respeito de tais atitudes, acrescentando que essas pessoas classificadas com L.G.B.T.T.T. são tratadas de maneira igualitária, como os demais funcionários.

No entanto, 13,5% do público informante alegaram ter conhecimento sobre episódios envolvendo preconceito em seus respectivos ambientes de trabalho, enaltecendo a presença de desrespeito e assédio nesse contexto.

Dessa forma, fica evidente a seriedade e o profissionalismo com que essa temática vem sendo abordada no contexto das organizações modo geral, uma vez que os universitários que trabalham ou fazem estágio dizem perceber harmonia e receptividade em seus respectivos ambientes de trabalho. Parte disso é derivado da evolução social em que os brasileiros estão imersos diariamente, amadurecendo ideias e contribuindo com a inclusão de minorias nos mais diversos âmbitos.

Questão 5 – Por parte de quem acontecem as ações preconceituosas nas empresas em que trabalham? (responderam esta questão os 27 universitários que indicaram já ter presenciado algum episódio envolvendo preconceito sexual no ambiente de trabalho).

Dentre os que indicaram ter conhecimento de atitudes preconceituosas 55,5% testemunharam episódios preconceituosos envolvendo homossexuais partindo dos próprios de colegas de trabalho. Dentre as situações mencionadas destacam-se piadas homofóbicas, vexamentos e ridicularizações acerca da aparência. Isto demonstra que, embora as organizações zelem por uma imagem inclusiva e igualitária, há um déficit educativo entre seus colaboradores. Tal situação, na maioria dos casos, não chega ao conhecimento das cúpulas diretivas.

Por conseguinte 18,5% disseram que já presenciaram episódios de preconceito por parte de clientes. Os relatos mais comuns envolveram olhares discriminatórios, risadas e cochichos por conta do que não lhes é “comum”. Nestes casos, os proprietários das empresas, regra geral, não assumem uma postura de repúdio ao comportamento de seus consumidores, visto que o lucro é considerado mais importante.

Ainda sobre atitudes preconceituosas, destacam-se ainda 15% que presenciaram episódios iniciados por clientes e reforçados por colegas de trabalho. Tais situações

aconteceram repetidamente em estabelecimentos comerciais frequentados, em sua maioria, pelo público masculino.

Também, ressalta-se que 11% disseram ter conhecimento de preconceito de gênero sexual envolvendo líderes de empresas, que não contratam homossexuais por acreditarem que tal atitude prejudicaria a imagem de sua instituição, colocando-a em uma posição desfavorável institucional e mercadologicamente.

Sendo assim, é verídica a hipótese de que a má inserção dos indivíduos homossexuais no ambiente organizacional colabora na ascensão do assédio moral.

Questão 6 – Modo geral, como se dá o relacionamento entre os funcionários com orientações sexuais diferentes?

Segundo os dados levantados, 35% alegaram que os relacionamentos interpessoais entre os funcionários acontecem com normalidade, expondo a opinião de que todas as pessoas devem ter os mesmos direitos, condições e oportunidades no ambiente organizacional, justificativa esta também apresentada por 29,5% que apontaram o relacionamento como bom.

Lamentavelmente, 14,5% dos universitários entrevistados disseram não haver homossexuais no quadro de funcionários da empresa. Acredita-se, que o fator responsável por esse quadro seja a escassez de informações e a falta de conhecimento da população a respeito de problemáticas sociais, inclusive sobre a temática abordada nesta pesquisa. Devido a isso 9% relataram não saberem como são tratados os relacionamentos em suas respectivas organizações.

Como esperado, ainda há barreiras que interferem nas relações entre os funcionários das empresas, determinado em menor escala, mas não menos importante. Fatores socioculturais afetam diretamente na maneira como as pessoas reagem quando se deparam com pessoas de orientações sexuais diferentes em seu local de trabalho.

De modo geral, percebe-se a necessidade de práticas administrativas e ações de recursos humanos direcionadas à integração do público L.G.B.T.T.T. nas empresas além de analisar, por meio de acompanhamentos periódicos, como esses funcionários estão sendo tratados e mantidos nas organizações.

Questão 7 – Questionamos os universitários a respeito do seguinte: na empresa em que trabalham, os funcionários L.G.B.T.T.T. têm oportunidades para crescimento na carreira profissional?

Constatou-se que 84,5% julgam, premeditadamente, que o público L.G.B.T.T.T. tem oportunidades de crescimento, assim como os demais colaboradores da organização.

Uma minoria, correspondente a 15,5%, admitiu que não há ascensão profissional devido à cultura da empresa, preconceito por parte dos empresários e preocupação da imagem organizacional assemelhar-se a este público, embora este pensamento seja retrógrado.

Fatores culturais e familiares colaboram para que ainda haja uma minoria corporativa que julga uma pessoa por sua orientação sexual ao invés de suas competências profissionais, bem como experiência no mercado de trabalho.

Com os dados coletados confirma-se a hipótese que abrange a desigualdade hierárquica devido à condição sexual não é verdadeira, e por isso tais indivíduos permanecem subjugados por suas competências e não por sua orientação sexual.

3 Considerações sobre o estudo

Com a realização desta pesquisa conseguimos atingir o objetivo estipulado satisfatoriamente, conforme pôde-se conhecer e compreender a problemática acerca das questões de gênero dentro das organizações na cidade de Bauru e região.

Diante do exposto, percebe-se que a inserção da comunidade L.G.B.T.T.T. no mercado de trabalho ainda é iniciante e pouco conhecida pelos empresários e colaboradores que, por vezes, cooperam para a propagação do preconceito e assédio moral. Também, teve-se a oportunidade de compreender a necessidade de uma estrutura organizacional sólida que acolha todos os públicos sem distinção de gênero.

A pesquisa possibilitou coletar uma amostra satisfatória de resultados significativos. Por intermédio do processo de análise efetuado constatou-se que as organizações e demais meios trabalhistas, s.m.j., encontram-se desinteressados em lidar com este público e as consequências têm sido a ausência de políticas diretivas que promovam sua inclusão e reconhecimento como indivíduos, e devido a isso, preferem ignorar o assunto.

Acrescenta-se o fato de determinadas empresas optarem pela não contratação de homossexuais devido à solidificação de sua imagem e, conseqüentemente, possíveis ranhuras em sua reputação.

O serviço de inteligência proposto pelas Relações Públicas exerce forte capacidade em reestruturar relacionamentos e criar elos benéficos para todos os envolvidos em um determinado processo. Sendo assim, observou-se a extrema necessidade deste profissional atuar como gestor de uma comunicação que possibilite a desconstrução de paradigmas e contribua de maneira ética, para o bem comum.

Referências

ANDRADE, S.T. C. Para Entender Relações Públicas. São Paulo: Edições Loyola, 1993;

BAUMAN, Zigmunt. Modernidade Líquida. Rio de Janeiro: Zahar, 2001. 28 p.

Ferreira, Bruno. A História do movimento LGBT. Blogspot História Total. Disponível em: <http://historiabruno.blogspot.com.br/2013/06/a-historia-do-movimento-lgbt.html>. Acesso em: 20 set. 2015.

FLEURY, Maria Tereza. Gerenciando a Diversidade Cultural: **Experiências de Empresas Brasileiras**. RAE – Revista de Administração de Empresas, v. 40, nº3 p.18-25, jul./Set. 2000.

GOLDBERG, David Theo. *Multiculturalism – a critical reader*. Oxford: Blackwell, 1997.

KOWARICK, Lúcio. Sobre a vulnerabilidade socioeconômica e civil — Estados Unidos, França e Brasil, Revista Brasileira de Ciências Sociais, São Paulo, v. 18, n. 51, p. 61-85, 2003.

LOPES, G. Corpo, Gênero e Sexualidade: um debate contemporâneo na educação. 8. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.

MICHAELIS. Disponível em: <http://michaelis.uol.com.br/moderno/portugues/index.php?palavra=diversidade>. Acesso em: 09 set. 2015.

PREITE, WANDERLEY, S. **Duas em cada dez empresas se recusam a contratar homossexuais no Brasil**. 2015. Disponível em: <http://www.cartacapital.com.br/sociedade/duas-em-cada-dez-empresas-se-recusam-a-contratar-homossexuais-no-brasil-1703.html>> Acesso em: 08 set. 2015.