

Narrativas e políticas corporativas sobre diversidade, equidade e inclusão¹

Diego COTTA²

Ricardo Ferreira FREITAS³

Universidade do Estado do Rio de Janeiro, RJ

Resumo

Este estudo analisa como as empresas articulam discursos sobre diversidade e inclusão, investigando se suas práticas transcendem a imagem corporativa e resultam em mudanças efetivas. A pesquisa adota metodologia mista e foca em Accor e Google, marcas atuantes no Rio de Janeiro e reconhecidas por suas políticas de DEI. Com base no conceito de "fachada" de Goffman (1985), discute-se o uso da diversidade como recurso retórico que pode mascarar estruturas excludentes. Ao explorar as contradições entre discurso e prática, o estudo contribui para os debates sobre Comunicação Organizacional e os riscos da instrumentalização da diversidade.

Palavras-chave

Comunicação Organizacional; Diversidade; LGBTQIAPN+

Nas últimas décadas, a pauta da diversidade, equidade e inclusão (DEI) no ambiente corporativo tem ganhado destaque, impulsionada pela necessidade das empresas de responder a demandas sociais e de projetar uma imagem alinhada aos valores contemporâneos. A ampliação de políticas que incentivam a contratação de grupos historicamente marginalizados — como mulheres, pessoas negras, pessoas com deficiência e LGBTQIAPN+ — representa um avanço significativo em termos de comunicação organizacional. No entanto, essa tendência também desperta críticas sobre a superficialidade dessas práticas, especialmente quando se observa a prevalência de discursos meritocráticos que desconsideram desigualdades

¹Trabalho apresentado na Sessão Temática – Organizações, comunicação e consumo na sociedade de risco, atividade integrante do XIX Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e Relações Públicas.

² Pós-doutorando em Comunicação na UERJ com bolsa Nota 10 da FAPERJ. Doutor em Mídia & Cotidiano pelo PPGMC-UFF e jornalista pela ECO-UFRJ. Email: diegocotta@gmail.com

³ Professor Titular do PPGCOM/UERJ. Bolsista PQ2 do CNPQ e Cientista do Nosso Estado da FAPERJ. Email: rfreitas@uerj.br

estruturais e perpetuam formas de exclusão baseadas em racismo, sexismo, capacitismo e lgbtifobia.

O contexto internacional atual reflete essa ambiguidade. Em janeiro de 2025, o presidente dos Estados Unidos, Donald Trump, iniciou seu mandato com um discurso contrário às políticas de DEI, desencorajando empresas a manterem iniciativas inclusivas. Como consequência, corporações como Meta, Amazon, Target, Walmart e McDonald's anunciaram alterações significativas ou mesmo o encerramento de seus programas de diversidade⁴. A decisão da Microsoft de dismantlar sua equipe de DEI em 2024 já havia sinalizado esse movimento, provocando reações negativas tanto internamente quanto externamente (HAAS, 2024).

No Brasil, o impacto dessas mudanças foi imediato. A vice-presidente de Pessoas da Vale, Catia Porto, defendeu um enfoque em “mérito, excelência e inteligência” (MEI) em substituição à diversidade, gerando controvérsias (FOLEGO, 2025). Em contrapartida, Rogerio Barreira, CEO do McDonald's Brasil, assegurou que a empresa manteria suas iniciativas de inclusão, divergindo da matriz norte-americana (SERRANO, 2025). Simultaneamente, mais de 500 empresas brasileiras, apoiadas por entidades como o Fórum de Empresas e Direitos LGBTI+ e o Instituto Ethos, lançaram um manifesto⁵ reafirmando compromissos com políticas de DEI, argumentando que a diversidade não apenas favorece a justiça social, mas também contribui para a inovação e a competitividade corporativa, como nas pesquisas da McKinsey & Company (2020).

Entretanto, a apropriação mercadológica da diversidade — muitas vezes reduzida a práticas de *pinkwashing* (LUBITOW; DAVIS, 2011) — levanta dúvidas sobre a autenticidade desses compromissos. O caso #DesmonetizaSikera, em 2021, demonstrou como a pressão econômica pode ser usada como ferramenta contra discursos de ódio: mais de 20 marcas suspenderam patrocínios ao apresentador Sikêra Jr. após declarações lgbtifóbicas, evidenciando que o

⁴ Disponível em: <https://exame.com/mundo/trump-lanca-ofensiva-contrapoliticas-de-diversidade-e-inclusao/>
Acesso em: 12 mar. 2025.

⁵ Disponível em: <https://movimentomulher360.com.br/wp-content/uploads/2025/01/MM360-Manifesto-DEI-v2.pdf>
Acesso em: 12 mar. 2025.

alinhamento com a diversidade pode estar mais relacionado à proteção da imagem corporativa do que a um compromisso real com a inclusão (COTTA, 2023).

Embora algumas conquistas legais tenham fortalecido os direitos da população LGBTQIAPN+ no Brasil — como o casamento civil homoafetivo (2013), a retificação de nome e gênero sem necessidade de cirurgia (2018) e a criminalização da homofobia e transfobia (2019) — a implementação dessas políticas no cotidiano corporativo ainda enfrenta grandes desafios (CARMO; FORTUNA; FREITAS, 2024). Em muitos casos, a diversidade se limita a campanhas publicitárias sazonais, desvinculadas de práticas inclusivas genuínas, revelando uma contradição entre a retórica inclusiva e a realidade do ambiente de trabalho.

Nesse cenário, este estudo busca compreender como as empresas articulam discursos sobre diversidade e inclusão a partir de uma metodologia mista, que envolve revisão bibliográfica, observação participante e análise de conteúdo. A pesquisa foca nas práticas de duas marcas de grande relevância no mercado brasileiro — Accor e Google —, conhecidas por suas políticas públicas de DEI e por atuarem no Rio de Janeiro, um destino tradicionalmente considerado gay friendly. O objetivo é investigar se suas práticas vão além da imagem corporativa e se traduzem em transformações efetivas no ambiente organizacional. A análise se apoia no conceito de "fachada" proposto por Goffman (1985), sugerindo que, muitas vezes, a diversidade serve como um recurso retórico para camuflar estruturas excludentes e preservar o *status quo*.

Ao explorar as contradições entre os discursos empresariais e as práticas observadas, este trabalho pretende contribuir para os estudos sobre Comunicação Organizacional e Relações Públicas, lançando luz sobre os riscos de instrumentalização da diversidade como estratégia de marketing. A reflexão sobre esses aspectos pode revelar as limitações das políticas corporativas de DEI diante de um cenário global marcado por retrocessos políticos e desafios para a efetivação dos direitos da população LGBTQIAPN+.

Referências

CARMO, Maria Helena; FORTUNA, Vania Oliveria; FREITAS, Ricardo Ferreira. Diversidade na indústria de petróleo e gás: a comunicação da Petrobras. In: **Anais do 33º Encontro Anual da Compós**, 2024, Niterói. Campinas, Galoá, 2024. Disponível em: <https://proceedings.science/compos/compos-2024/trabalhos/diversidade-na-industria-de-petroleo-e-gas-a-comunicacao-da-petrobras?lang=pt-br> Acesso em: 10 mar. 2025.

COTTA, Diego. Cotidianos distópicos: a lgbtifobia em um Brasil desencantado.. In: Denise Tavares; Renata Rezende. (Org.). **Protagonismo midiático e pandemia: atravessar ruínas, reencantar o mundo**. São Roque: Gênio Editorial, 2023.

FOLEGO, Thais. VP da Vale contrapõe excelência a diversidade em rede social: “Performance é o nome do jogo agora”. **UOL**, 2025. Disponível em: <https://capitalreset.uol.com.br/diversidade/vp-da-vale-contrapoe-excelencia-a-diversidade-e-m-rede-social-performance-e-o-nome-do-jogo/>. Acesso em: 10 mar. 2025.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Editora Vozes, 1985.

HAAS, Guilherme. Microsoft demite equipe de diversidade e é criticada em e-mail interno. **Canaltech**, 2024. Disponível em: <https://canaltech.com.br/mercado/microsoft-demite-equipe-de-diversidade-e-e-criticada-em-e-mail-interno-295867/> Acesso em: 6 fev. 2025.

LUBITOW, Amy; DAVIS, Mia. Pastel Injustice: The Corporate Use of Pinkwashing for Profit. **Environmental Justice**, v. 4, n. 2, 17 jun. 2011.

MANIFESTO DEI. Um compromisso inabalável com o futuro. **Movimento Mulher 360**, 2025. Disponível em: <https://movimentomulher360.com.br/wp-content/uploads/2025/01/MM360-Manifesto-DEI-v2.pdf> Acesso em: 10 mar. 2025.

MCKINSEY & COMPANY. A diversidade importa cada vez mais. **Mckinsey & Company**, 2023. Disponível em: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/destaques/a-diversidade-importa-cada-vez-mais-o-valor-do-impacto-holistico/pt> Acesso em: 10 mar. 2025.

OLIVEIRA, Arize; MACHADO, Mônica. Mais do que dinheiro: pink money e a circulação de sentidos na comunidade LGBT+. **Signos do Consumo**, [S. l.], v. 13, n. 1, p. 20–31, 2021. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/signosdoconsumo/article/view/173551> Acesso em: 10 mar. 2025.

SERRANO, Layane. “Vamos continuar apostando na diversidade”, afirma CEO do McDonald’s Brasil. **Exame**, 2025. Disponível em: <https://exame.com/carreira/vamos-continuar-apostando-na-diversidade-afirma-ceo-do-mcdonalds-brasil/>. Acesso em: 10 mar. 2025.

TRUMP lança ofensiva contra políticas de diversidade e inclusão. **Exame**, 2025. Disponível em: <https://exame.com/mundo/trump-lanca-ofensiva-contrapoliticas-de-diversidade-e-inclusao/>. Acesso em: 10 mar. 2025.