



POLÍTICAS ORGANIZACIONAIS DE DIVERSIDADE E A PERCEÇÃO DE PROFISSIONAIS DE TURISMO SOBRE A INCLUSÃO LGBTQIA+

ORGANIZATIONAL POLICIES ON DIVERSITY AND THE PERCEPTION OF TOURISM PROFESSIONALS ON LGBTQIA+ INCLUSION

POLÍTICAS ORGANIZATIVAS SOBRE LA DIVERSIDAD Y LA PERCEPCIÓN DE LOS PROFESIONALES DEL TURISMO SOBRE LA INCLUSIÓN LGBTQIA+

Gustavo Yrihoshi Pereira¹, Tiago Juliano² & Marcos Hideyuki Yokoyama^{3*}

^{1,3} Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo, Campus São Paulo. ² Universidade Estadual de Campinas (Unicamp)

¹ gustavoyperreira@hotmail.com ² t.juliano@yahoo.com.br ³ marcoshy@ifsp.edu.br

RESUMO INFO.

Recebido: 18.08.2022

Aprovado: 22.08.2022

Disponibilizado: 23.08.2022

PALAVRAS-CHAVE: Diversidade; LGBTQIA+; Organizações Turísticas.

KEYWORDS: Diversity; LGBTQIA+; Tourism Organizations.

PALABRAS CLAVE: Diversidad; LGBTQIA+; Organizaciones Turísticas.

*Autor Correspondente: PEREIRA, G. Y.

RESUMO

Enquanto os primeiros movimentos sociais em defesa dos direitos relacionados à diversidade sexual começaram a ganhar contornos mais sólidos em meados do século passado, é a partir dos anos 1990 que estudos sobre o comportamento do consumidor LGBTQIA+ passaram a chamar atenção para particularidades desse público e para o potencial econômico desse segmento. No turismo, a constante demanda por diversificação e inovação contribuiu para consolidar um novo e promissor segmento de mercado. Porém, a literatura dedicada às relações entre turismo e comunidade LGBTQIA+ tem legado menor atenção a aspectos sociais mais abrangentes, a exemplo da inclusão da diversidade nas organizações turísticas. Esse estudo de caso teve como objetivo analisar a percepção de profissionais de turismo sobre a influência de políticas de diversidade sexual em suas organizações. Empreendeu-se revisão bibliográfica sobre a diversidade nas organizações, análise documental nos principais relatórios de diversidade no ambiente corporativo e aplicação de um survey junto a uma comunidade de estudantes de turismo, que atuavam em empresas do setor. Constataram-se percepções divergentes entre os profissionais de turismo, de acordo com a existência ou inexistência de ações organizacionais de promoção da diversidade. Concluiu-se que as dimensões avaliadas também são influenciadas pelo reconhecimento dos profissionais como LGBTQIA+.

ABSTRACT

While the first social movements in defense of rights related to sexual diversity began to gain more solid outlines in the middle of the last century, it is from the 1990s onwards that studies on the behavior of the LGBTQIA+ consumer began to draw attention to the particularities of this public and to

the economic potential of this segment. In tourism, the constant demand for diversification and innovation contributed to the consolidation of a new and promising market segment. However, the literature dedicated to the relationship between tourism and the LGBTQIA+ community has left less attention to broader social aspects, such as the inclusion of diversity in tourist organizations. This case study aimed to analyze the perception of tourism professionals about the influence of sexual diversity policies in their organizations. A bibliographic review was carried out on diversity in organizations, document analysis in the main reports of diversity in the corporate environment and application of a survey with a community of tourism students, who worked in companies in the sector. Divergent perceptions were found among tourism professionals, according to the existence or non-existence of organizational actions to promote diversity. It was concluded that the dimensions evaluated are also influenced by the recognition of professionals as LGBTQIA+.

RESUMEN

Si bien los primeros movimientos sociales en defensa de los derechos relacionados con la diversidad sexual comenzaron a tomar trazos más sólidos a mediados del siglo pasado, es a partir de la década de 1990 cuando los estudios sobre el comportamiento del consumidor LGBTQIA+ comienzan a llamar la atención sobre las particularidades de este público y al potencial económico de este segmento. En turismo, la constante demanda de diversificación e innovación contribuyó a la consolidación de un nuevo y prometedor segmento de mercado. Sin embargo, la literatura dedicada a la relación entre el turismo y la comunidad LGBTQIA+ ha dejado menos atención a aspectos sociales más amplios, como la inclusión de la diversidad en las organizaciones turísticas. Este estudio de caso tuvo como objetivo analizar la percepción de los profesionales del turismo sobre la influencia de las políticas de diversidad sexual en sus organizaciones. Se realizó una revisión bibliográfica sobre diversidad en las organizaciones, análisis documental en los principales informes de diversidad en el entorno empresarial y aplicación de una encuesta con una comunidad de estudiantes de turismo, que laboraban en empresas del sector. Se encontraron percepciones divergentes entre los profesionales del turismo, según la existencia o no de acciones organizativas para promover la diversidad. Se concluyó que las dimensiones evaluadas también están influenciadas por el reconocimiento de los profesionales como LGBTQIA+.



APRESENTAÇÃO

Embora questões relacionadas à diversidade sexual sejam debatidas há longa data, foi apenas nas décadas de 1940 e 1950 que as mobilizações para promoção da tolerância frente à população LGBTQIA+ se tornaram mais expressivas, com a formação de grupos de discussão, reuniões e publicações especializadas (Costa Silva & Carvalho, 2022). O termo LGBTQIA+ é uma referência a pessoas que se identificam como lésbicas, gays, bissexuais, transexuais, *queer*, intersexuais, assexuais e outras identidades de gênero não contempladas pela perspectiva binária que categorizou, normalizou e normatizou diferentes sujeitos a partir da predominância do padrão heteronormativo (Butler, 2003). Na contemporaneidade, a questão LGBTQIA+ abre frentes diversas de reflexão, que transitam desde o potencial de um segmento de mercado considerado vigoroso a desdobramentos de ordem social, política e cultural que marcam uma história de reconhecimento de direitos (Azevedo et al., 2012). As conquistas da população LGBTQIA+ são resultados do papel atuante de políticas de governo e do ativismo da sociedade civil organizada. Com efeito, nos anos 1990, o movimento LGBTQIA+ ganhou maior visibilidade nas principais cidades do mundo, enquanto a Organização Mundial da Saúde (OMS) excluiu a homossexualidade do quadro de doenças. No Brasil, as principais reivindicações e direitos LGBTQIA+ foram atendidas pelas instâncias de governo apenas nas duas últimas décadas, incluindo o direito à adoção; redesignação sexual e reprodução assistida; união civil entre pessoas do mesmo sexo; casamento civil; mudança de nome civil e social; criminalização de agressões contra LGBTQIA+; e fim da proibição de doação de sangue.

No entanto, a visibilidade das pautas sociais LGBTQIA+ não tem se limitado às esferas políticas e dos movimentos organizados, conquistando um espaço cada vez maior nas ações de organizações de diferentes setores da economia. Essas ações se justificam pela patente desigualdade que acompanha profissionais LGBTQIA+. A Associação Nacional de Travestis e Transexuais (ANTRA), por exemplo, estima que apenas 4% das mulheres trans possui emprego formal e 6% pratica atividades informais, enquanto a maior parte dessa população tem a prostituição com principal fonte de renda (Benevides & Nogueira, 2020). É importante ressaltar que as limitações ao desenvolvimento profissional de LGBTQIA+ refletem barreiras dos primeiros estágios de formação. Em 2016, a Pesquisa Nacional sobre o Ambiente Educacional no Brasil diagnosticou que 73% dos estudantes LGBTQIA+ sofreram violência moral e 36% violência física nas escolas, impactando negativamente sua frequência e desempenho. Já no ambiente de trabalho, levantamento da Consultoria *Out Now* (2017) indicou que 73% dos entrevistados já testemunharam atos de homofobia no local de emprego e 25% afirmaram já ter sofrido assédio moral por serem LGBTQIA+. Uma sondagem da empresa de gestão de recrutamento e seleção *Elancers* com mais de 10 mil empresas concluiu que 1 em cada 5 organizações limitariam a contratação de LGBTQIA+ para determinados cargos, evidenciando a institucionalização da discriminação sexual no contexto organizacional.

Nesse cenário, o presente estudo abordou políticas organizacionais de diversidade, direcionadas a profissionais LGBTQIA+ no mercado de turismo. Buscou-se compreender como a existência ou ausência dessas políticas influencia aspectos de saúde laboral e perspectivas de carreira profissional. Em caráter exploratório e descritivo, desenvolveu-se um estudo de caso com uma população de estudantes de um curso superior de turismo na cidade de São Paulo-SP. Empreendeu-se uma pesquisa bibliográfica para captar categorias de análise e abordagens



teóricas sobre políticas de diversidade em organizações; uma análise documental em relatórios relacionados ao tema, como materiais do *Human Rights Campaign* (HRC) e da consultoria *Great Place do Work* (GPTW), identificando as dimensões relacionadas à percepção de políticas de diversidade nas organizações; e um *survey* aplicado de forma remota e online, entre abril e maio de 2020, a 404 alunos matriculados no Curso de Gestão de Turismo do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo (IFSP), cujo índice de retorno foi 17,6%. O questionário buscou mapear informações sobre as organizações turísticas de atuação dos estudantes, notadamente quanto à existência de políticas de diversidade; e identificar aspectos perceptivos sobre a abordagem organizacional de LGBTQIA+ nessas empresas, mensurados por meio de escala Likert. Foram consideradas respostas de profissionais que haviam atuado nos últimos seis meses no mercado de turismo, validando-se 32 questionários.

O principal objetivo da pesquisa foi analisar a percepção dos profissionais de turismo em formação sobre o papel das políticas de diversidade nas empresas de atuação. A relevância do tema estudado reside na persistência de estigmas e preconceitos enfrentados pela população LGBTQIA+ em diferentes espaços sociais, que se estendem ao ambiente de trabalho (Irigaray, 2011) e impactam oportunidades profissionais, produtividade, saúde laboral e desenvolvimento de carreira dessa população (Pichler & Ruggs, 2018). Em adição, a produção acadêmica sobre as relações entre turismo e diversidade sexual tem se concentrado em descrever o perfil do turista LGBTQIA+, destacar a relevância do poder aquisitivo desses consumidores (*pink money*) e escrutinar a estruturação da oferta de serviços e produtos para o segmento, colocando à sombra aspectos sociais que perfazem o fenômeno turístico, a exemplo da condição das pessoas LGBTQIA+ no ambiente organizacional (Neves, 2021).

A DIVERSIDADE NAS ORGANIZAÇÕES

A diversidade surge no ambiente empresarial brasileiro nos anos 1990, procurando promover um sistema social que garantisse interações entre pessoas com diferentes identidades, culturas, etnias e religiões. Para Maria Tereza Fleury (2000), a coexistência entre grupos majoritários e minoritários é uma das principais premissas da diversidade no contexto organizacional, entendendo-se grupos majoritários como aqueles que obtiveram historicamente vantagens econômicas e de poder em relação a outros. Taylor Cox (1994) defende que a gestão da diversidade nas empresas é uma obrigação social e moral, que objetiva minimizar as barreiras existentes a fim de atingir o potencial máximo de cada indivíduo. Políticas de diversidade podem trazer benefícios importantes para as organizações, como maior competitividade por meio de recrutamento mais eficaz e retenção de talentos; melhor atendimento ao cliente; e maior produtividade de colaboradores, em virtude do sentimento de valorização (Sears & Mallory, 2011).

No caso de profissionais LGBTQIA+, grande parte desses trabalhadores (66%) acreditam que falar abertamente sobre sua orientação sexual pode interferir negativamente em sua carreira, embora essa percepção possa diferir entre organizações com e sem políticas de diversidade (Oliveira, 2019). Levantamento da plataforma *Linkedin* identificou que 22% dos profissionais LGBTQIA+ que optam por não revelar sua orientação sexual sentem receio de sofrer represália de colegas de trabalho (Panrotas, 2019). Embora o número de organizações com políticas de diversidade para minorias sexuais e de gênero tenha aumentado nas duas últimas décadas, a

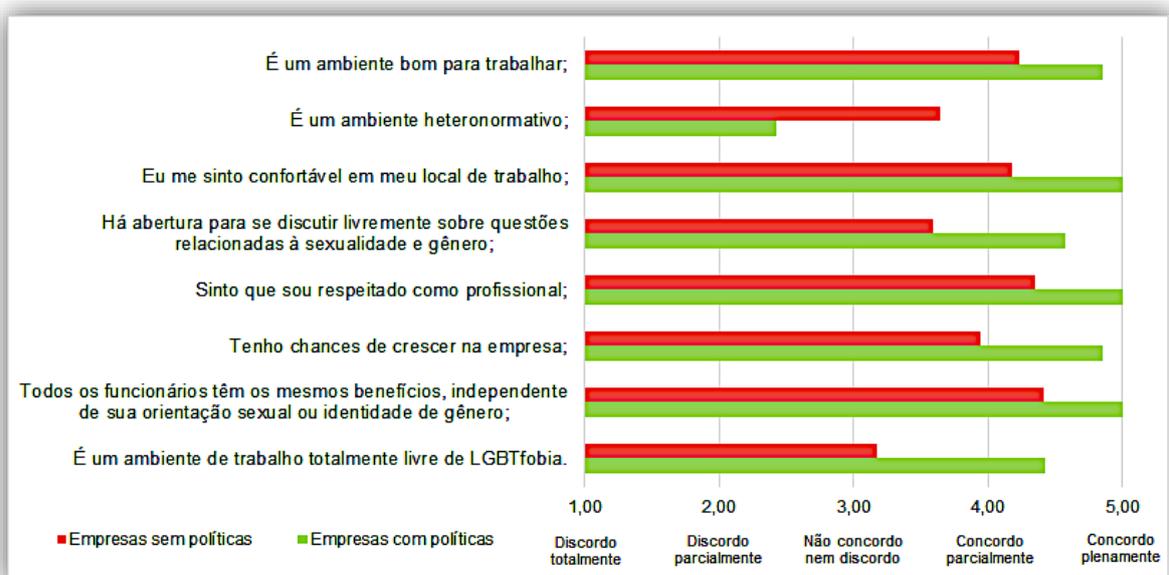


questão ainda não é uma garantia para as empresas. Em estudo sobre tendências de gestão de pessoas em 2022, a consultoria GPTW verificou que o percentual de empresas que consideram a diversidade uma prioridade organizacional reduziu de 37% (2021) para 18% (2022). Entre as empresas com políticas de diversidade, as principais ações são destinadas a mulheres (28%), grupos étnicos (21%), pessoas com deficiência (20%) e LGBTQIA+ (19%) (GPTW, 2022). No contexto turístico, pesquisas de mercado indicam que políticas não discriminatórias são um critério importante para turistas LGBTQIA+ escolherem hotéis (78%) e o próprio destino (84%) (Neves, 2021).

A PERCEPÇÃO SOBRE DIVERSIDADE SEXUAL NAS ORGANIZAÇÕES TURÍSTICAS

Considerando-se a amostragem validada, cabe apontar que 68,7% (22 pessoas) dos profissionais se identificou como heterossexual e 31,3% (10 pessoas) como LGBTQIA+. Apenas uma pequena parte dos participantes (22%) indicaram a existência de políticas de diversidade nas organizações onde atuam. Essas políticas tendem a ser mais comuns em empresas médias ou grandes (com mais de 100 funcionários). Dentre os respondentes, 62,5% dos profissionais de turismo afirmaram conhecer situações de discriminação em suas empresas, sendo que elas são mais comuns em organizações sem políticas de diversidade. De maneira geral, a existência de políticas organizacionais acompanha uma melhor percepção dos profissionais sobre o ambiente de trabalho quando comparados a colegas que trabalhavam em organizações onde essas políticas eram inexistentes. O Gráfico 1 ilustra a percepção dos profissionais sobre o ambiente laboral, de acordo com presença ou ausência de ações de promoção da diversidade sexual. Constatou-se, ainda, diferenças na percepção de profissionais LGBTQIA+ em relação aos demais. Profissionais LGBTQIA+ afirmam perceber maior necessidade de adaptar o comportamento por conta de exigências do trabalho. Além disso, conseguem perceber mais situações discriminatórias do que profissionais heterossexuais. Portanto, observa-se que, em um mesmo ambiente laboral, a percepção sobre diversidade sexual difere entre profissionais LGBTQIA+ e profissionais heterossexuais.

Gráfico 1. Percepção de profissionais de turismo sobre diversidade sexual



Fonte: Autores (2022)



CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ainda que incipientes, políticas organizacionais para promoção da tolerância e inclusão de profissionais LGBTQIA+ são relevantes para a competitividade das empresas e desenvolvimento profissional dos colaboradores. A sondagem com profissionais de turismo identificou que essas políticas contribuem para percepção de um ambiente de trabalho menos repressivo, concorrendo para maior valorização, respeito e perspectiva de crescimento profissional. Nota-se que a discriminação em torno da diversidade sexual é percebida de forma diferenciada em organizações com e sem políticas inclusivas, bem como o profissional LGBTQIA+ percebe com mais intensidade aspectos heteronormativos. Sugere-se que investigações sobre as condições de trabalho da população LGBTQIA+ preconizem a intersecção entre sexualidade, raça, condição social e acessibilidade, visando promover uma discussão abrangente e profunda sobre a questão da diversidade no turismo.

REFERÊNCIAS

- Azevedo, S., Martins, C. B., Kassouf, N. P., & Farah, O. E. (2012). Segmentação no setor turístico: o turista LGBT de São Paulo. *Revista de Administração da Universidade Federal de Santa Maria*, 5(3), 493-506.
- Benevides, B. & Nogueira, S. (2020). *Dossiê: Assassinatos e Violência Contra Travestis e Transexuais Brasileiras em 2019*. São Paulo: Expressão Popular, ANTRA, IBTE. Recuperado de <http://www.antrabrazil.files.wordpress.com/2020/01/dossic3aa-dos-assassinatos-e-da-violc3aancia-contra-pessoas-trans-em-2019.pdf>
- Butler, J. (2003). *Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Silva, B. J. C. & Carvalho, K. D. (2022). Políticas públicas de turismo e destinos gay friendly: reflexões a partir da hospitalidade urbana. *Rosa dos Ventos Turismo e Hospitalidade*, 14(2), 312-334.
- Cox, T. (1994). *Cultural diversity in organizations: theory, research and practice*. São Francisco: Berrett-Koehler Publishers.
- Fleury, M. T. L. (2000). Gerenciando a Diversidade Cultural: Experiências de Empresas Brasileiras. *Revista de Administração de Empresas*, 40(3), 18-25.
- Great Place Do Work Institute (2022). *Tendências de Gestão de Pessoas em 2022*.
- Human Rights Campaign Foundation. (2020). *Corporate Equality Index* Recuperado de https://assets2.hrc.org/files/assets/resources/CEI-2020.pdf?_ga=2.223759071.530266058.1581614007-1596915926.1576021787
- Irigaray, H. A. R. (2011). Orientação sexual e trabalho. *Revista GV Executivo*, 10(2), 44-47.
- Neves, C. S. B. (2021). Turismo LGBT: aplicação bibliométrica na pesquisa científica dos Programas de Pós-Graduação em Turismo no Brasil (1997-2019). *Cenário - Revista Interdisciplinar em Turismo e Território*, 9(1), 84-103.
- Oliveira, A. (2019). *As pessoas podem ser elas mesmas na sua empresa?*. Great Place to Work, 2019. Recuperado de <https://gptw.com.br/conteudo/artigos/orgulho-lgbtqi/>
- Panrotas. (2019). LGBTravel. *Revista Panrotas*: ed. 1383, ano 27, 14-41.
- Pichler, S. & Ruggs, E. N. (2018). *LGBT Workers*. 177-195pp. New York: Oxford University Press.
- Sears, B. & Mallory, C. (2011). *Economic Motives for Adopting LGBT-Related Workplace Policies*. Recuperado de <http://williamsinstitute.law.ucla.edu/wp-content/uploads/Mallory-Sears-Corp-Statements-Oct2011.pdf>

