

A POPULAÇÃO LGBTQIAPN+ NA PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO: REVISÃO SISTEMÁTICA NA BASE SPELL

THE LGBTQIAPN+ POPULATION IN ADMINISTRATION RESEARCH: SYSTEMATIC REVIEW IN THE SPELL BASE

Eline Maria da Silva Pereira

Universidade Federal de Rondônia (UNIR), Brasil

mariaeline06@outlook.com

<http://orcid.org/0009-0007-8572-5113>

José Kennedy Lopes Silva

Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT), Brasil

kennedysilv@gmail.com

<http://orcid.org/0000-0002-8669-6429>

José Edemir da Silva Anjo

Universidade Federal do Espírito Santo (UFES), Brasil

anjo.joseedemir@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-5989-1173>

Publicação: 16 09. 2025.

Centro Universitário UNA, Belo Horizonte - MG, Brasil.

Editora-chefe: Profa. Dra. Daniela Mateus de Vasconcelos

Este artigo encontra-se disponível no seguinte endereço eletrônico:

<http://revistas.una.br/reuna>

Resumo

O objetivo deste trabalho foi realizar uma revisão sistemática sobre as práticas do público LGBTQIAPN+ na Administração por meio de análises de artigos publicados na Spell. Como metodologia de trabalho foi realizada uma revisão sistemática por meio de uma busca criteriosa e classificatória na base de dados sob a perspectiva de compreender como são estabelecidas as discussões sobre este público na área da Administração. Como resultados de pesquisa, foram encontrados uma série de estudos acadêmicos e de pesquisas relacionadas a essa comunidade, identificando barreiras e desafios enfrentados por esses indivíduos. Como contribuição desta revisão, destaca-se a importância de políticas de igualdade, identidade de gênero e diversidade no campo organizacional. Nota-se a necessidade de maior conscientização e de educação sobre questões LGBTQIAPN+ no campo da administração e, também, a importância de políticas e de práticas de inclusão para garantir a equidade no ambiente de trabalho.

Palavras-chave: Revisão sistemática; Diversidade; população LGBTQIAPN+; Administração.

Abstract

The objective of this work was to carry out a systematic review of the practices of the LGBTQIAPN+ public in Administration through analysis of articles published in Spell.

As a work methodology, a systematic review was carried out through a careful and classificatory search in the database from the perspective of understanding how discussions about this public are established in the area of Administration. As research results, a series of academic studies and research related to this community were found, identifying barriers and challenges faced by these individuals. As a contribution to this review, the importance of equality, gender identity and diversity policies in the organizational field stands out. There is a need for greater awareness and education about LGBTQIAPN+ issues in the field of administration and also the importance of inclusion policies and practices to ensure equity in the workplace.

Keywords: Systematic review; Diversity; LGBTQIAPN+ population; Administration.

1. Introdução

Para Souza (2022), muitos pesquisadores no Brasil dão ênfase e se dedicam aos estudos sobre gênero e sexualidade, principalmente a partir da década de 1980. A autora pondera que essas discussões nas escolas, na medicina, no judiciário, e atualmente na religião têm determinado o que deve ser “normal” em relação aos aspectos da sexualidade humana. A partir deste contexto, apresentado por Souza (2022) é necessário relatar o enfrentamento pela inclusão e pelos direitos das pessoas Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transsexuais, Queer/Questionando, Intersexo, Assexuais/Arromânticas/Agênero, Pan/Poli, Não-binárias e mais (LGBTQIAPN+ onde a inclusão do símbolo “+”, na cifra, reconhece ainda mais a crescente diversidade de gênero e de orientações sexuais).

Mesmo sendo recente, ss discussões sobre a população LGBTQIAPN+ têm ganhado cada vez mais notoriedade e reconhecimento em diversas esferas da sociedade, incluindo a área da Administração (CAPRONI NETO; SARAIVA; BICALHO, 2014; REZENDE; GUILHERMINO, 2023; SILVA; CARVALHO, 2023). A sigla passou por várias mudanças, primeiramente, era conhecida como GLS (Gays, Lésbicas e Simpatizantes), com o passar do tempo, ocorreu o acréscimo da população de transsexuais, de travestis e de bissexuais, alterando a sigla para GLBT, contudo, a partir de 2008, a Associação Brasileira de Gays, Lésbicas, Bissexuais, Travestis e Transsexuais (ABGLT), passou a sugerir a sigla LGBT para se referir a população em todos os comunicados feitos por mídias (GUERRA; WIESINIESKI; BRASILEIRO, 2018; REZENDE; GUILHERMINO, 2023).

Após o surgimento do movimento LGBTQIAPN+, foram conquistados alguns direitos básicos para a atuação de cidadania, como, por exemplo, o reconhecimento da união estável de indivíduos do mesmo sexo definida pelo Supremo Tribunal Federal (STF), no dia 05 de maio de 2011, este reconhecimento alacavou os números de casamentos homoafetivos no país, porém o preconceito e a discriminação contra esse público não acabou (GUERRA; WIESINIESKI; BRASILEIRO, 2018; GÓIS; SILVA, 2023). Até 1985, a homossexualidade era tratada como patologia pelo Conselho Federal de Medicina, no entanto, foi excluída no ano de 1993, apenas 8 anos após o surgimento do debate, culminando em: preconceito, ódio e discriminação contra a população. (AZEVEDO et al., 2012; DINIZ et al., 2013). Em 2019, o STF compreendeu que os casos de homofobia e de transfobia se enquadram como crime imprescritível e inafiançável com base na lei do Racismo (Lei n. 7.716/1989). Registra-se também a proposta de Lei n. 7292/17, conhecida como “Lei Dandara”, que torna hediondo o crime de discriminação sobre a orientação sexual ou identidade de gênero.

Em relação a Administração e os Estudos Organizacionais, Garcia e Souza (2010), chamam a atenção e ponderam que as pesquisas sobre homossexualidade são incipientes. Fraga et al., (2019) complementam que os trabalhos que ampliam as discussões para outras formas de vivenciar a sexualidade e/ou abordem uma perspectiva interseccional também, ainda, não se consolidaram no campo organizacional.

Rezende e Guilhermino (2023) afirmam que as ações organizacionais voltadas para a diversidade, inclusão e gestão de diversidade são apresentadas como fatores importantes para a atuação e gestão das organizações. Este debate tem corroborado nos estudos sobre diversidade no campo empresarial no qual as representações tem-se dado pela divisão das pessoas devido a cor, raça, orientação sexual, gênero, idade, crenças, cultura, geração, pessoas com deficiência (PCD) dentre outros que diferenciam um indivíduo do outro (SIQUEIRA, et al., 2022; FRAGA et.al., 2022). No entanto, a discussão sobre Diversidade e seus grupos segue com resistência dentro do campo da Administração e dos Estudos Organizacionais (TEIXEIRA, et al., 2021).

Carrieri, Souza e Aguiar (2014) provocam professores, grupos de pesquisas e discentes em Administração para que discutam dentro da área, pesquisas sobre a população LGBTQIAPN+, já Pompeu e Rohm (2018) acompanham esses autores e reafirmam que há necessidade de ampliar o número de pesquisas na área da Administração e nos Estudos Organizacionais sobre esta população. Nesse sentido, se justifica a relevância desta pesquisa no campo da Administração, principalmente, no que se trata em relação às diferenças. Consolidam com base nas discussões de Rezende e Guilhermino (2023), Siqueira et al., (2022), Fraga et al., (2022), Pompeu e Rohm (2018) e Carrieri, Souza e Aguiar (2014) alguns dos elementos que justificam esta pesquisa.

Essas discussões comprovam a necessidade de realizar pesquisas no campo da Administração sobre a população LGBTQIAPN+, e dessa forma, obtém-se como problema de pesquisa o seguinte questionamento: Como estão estabelecidas as pesquisas sobre a população LGBTQIAPN+ na área da Administração? Este trabalho tem como objetivo principal analisar como estão estabelecidas as pesquisas sobre a população LGBTQIAPN+ no campo da Administração. Com uma aplicação de revisão, sistemática foram realizadas buscas sobre os artigos publicados na biblioteca eletrônica Scientific Periodicals Electronic Library (SPELL) sobre esta população.

Em relação a revisão sistemática, que por sua vez, trata-se, para Silva (2019), de revisões que não apresentam novos dados, mas analisa o que já está publicado, além do mais, mostra, comprova e especifica quando é realizada uma pesquisa mais profunda a respeito do tema de estudo em questão. A partir das análises das publicações da plataforma Spell, serão investigadas as publicações sobre os LGBTQIAPN+ na Administração.

Foram coletados estudos que apresentam sobre diversidades e sobre o público LGBTQIAPN+ na área da Administração. Assim, serão apresentados a seguir os procedimentos metodológicos usados. Posteriormente, discutiu-se o referencial teórico sobre: Diversidades na Administração e os principais conceitos relacionados ao público LGBTQIAPN+. Na sequência, são expostas as análises dos discursos e as principais conclusões, finalizando com as considerações finais e indicações de possibilidades para pesquisas futuras.

2. Procedimento Metodológico

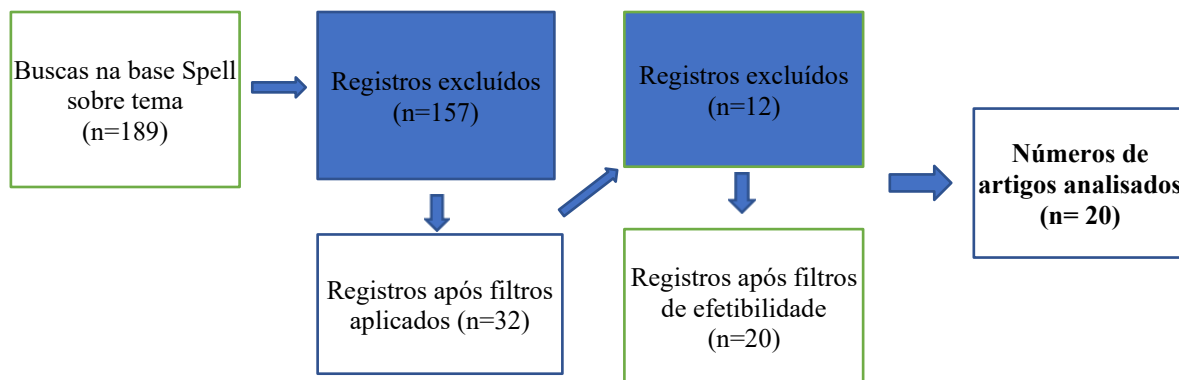
Propõe-se neste trabalho apresentar o desenvolvimento de uma revisão sistemática nas publicações da grande área da Administração analisando os artigos que foram publicados na Spell sobre a população LGBTQIAPN+. Artigos de revisões sobre a população LGBTQIAPN+ e Gestão de Diversidades já são recorrentes como os trabalhos de Góis e Silva (2023), Melo, Santos e Brito (2022), Marques Júnior, Marques e Dantas (2020) Fraga et al., (2022) e Pompeu e Souza (2018).

A revisão sistemática é um processo de síntese de evidências disponíveis de estudos realizados sobre um tema específico, busca avaliar e reunir de forma sistemática os estudos produzidos que sejam relevantes para responder os questionamentos feitos na pesquisa. Sua relevância consiste em fornecer uma visão panorâmica e imparcial do estudo existente, possibilitando, assim, uma pesquisa mais precisa e um resultado mais sólido, desempenhando um papel fundamental na síntese do conhecimento efetivo, realizando uma pesquisa rigorosa na literatura, sendo utilizada em diversas áreas do conhecimento (SILVA, 2019).

O processo de realização de uma revisão sistemática é composto por várias fases. Neste trabalho, foi realizada uma busca criteriosa para a obtenção do resultado final da pesquisa com a quantidade exata de artigos que foram analisados com base nos estudos sobre a revisão. Em seguida, fez-se necessário descrever um protocolo desenvolvendo o método a ser seguido, assim, explanando, os critérios de inclusão, exclusão, estratégias de busca e métodos de seleção (ANJO; BRITO; BRITO, 2019). Ao seguir as orientações de Anjo, Brito e Brito (2019) é apresentado o seguinte protocolo de pesquisa: foram realizadas buscas com a pretensão de identificar os artigos que discutiam sobre as práticas da população LGBTQIAPN+ no Brasil.

A pesquisa foi desenvolvida a partir de duas palavras-chaves, “diversidade” e “LGBT”. Baseando-se nisso, realizou-se um estudo detalhado para descartar os trabalhos que não faziam parte deste grupo. Dentre os resultados obtidos foram feitas seleções para separar os textos analisados. Os artigos encontrados foram salvos e organizados em uma pasta e a partir dos itens selecionados foram definidos os critérios para separação e análise. É apresentado na figura 1 a disposição dos procedimentos de coleta de dados.

Figura 1 - Procedimentos de Coleta de Dados



Fonte: Dados da pesquisa (2024).

Os critérios estabelecidos para a seleção dos artigos para a construção da revisão sistemática se desenvolveram da seguinte forma: Primeiramente, foi pesquisado na plataforma Spell a identificação do título do documento com as palavras “diversidade” ou “LGBT”, como apresentado na figura 1, foram passados por quatro filtros. O primeiro filtro resultou na quantidade de 189 artigos encontrados após a seleção das palavras. O segundo foi a pré-seleção dos textos, nos quais foram excluídos 157 artigos, realizando a leitura dos títulos e excluindo os textos que não tinham relação com o tema proposto, restando apenas 32 artigos. Os outros temas se tratavam de assuntos relacionados à diversidade tais como: biodiversidade, diversidade cultural, PCD (Pessoa com Deficiência), diversidade geracional, de gênero, raça, entre outros, os demais foram excluídos das análises.

Na terceira etapa da seleção, foi realizado o critério de escolhas de textos empíricos e teóricos, desempenhando as leituras dos resumos dos artigos, obtendo 20 artigos para análise, resultando, assim, na quarta etapa de seleção e a final para obtenção de resultados para desenvolvimento deste trabalho. Após a seleção final dos trabalhos empíricos filtrados, os mesmos foram lidos em sua íntegra e efetuados análises por meio de revisão sistemática.

3. Análise e Discussão de Resultados

Texto do método. Em relação ao tempo em que esses títulos foram publicados e filtrados deu-se início no ano de 2006, data da primeira publicação onde as discussões sobre diversidade tinham destaque, mas foi no ano de 2012 que o assunto sobre o público LGBTQIAPN+ ganhou maior visibilidade e notoriedade, ganhando força gradativamente até o ano de 2023. Desta forma, nota-se que ainda há poucos trabalhos que discutem e abordam as discussões sobre a população LGBTQIAPN+. Ao apresentar os resultados no quadro 1 pretende-se explicar os estudos selecionados e suas características como ano de publicação, autores e periódicos.

Quadro 1 - Artigos selecionados para a revisão sistemática

Título	Autores	Revista	Ano
Segmentação no setor turístico: O turista LGBT de São Paulo	Azevedo, Martins, Pizzinatto e Farah	Rev. Adm. UFSM	2012
Políticas de diversidade nas organizações: As relações de trabalho comentadas por trabalhadores homossexuais	Diniz, Carrieri, Gandra e Bicalho	Revista Economia e Gestão	2013
Sentido do trabalho e diversidade: Um estudo com homossexuais masculinos	Silva, Bastos Lima, Ferraz e Cabral	Revista ADM. MADE	2013
Diversidade sexual nas organizações: Um estudo sobre coming out	Caproni Neto, Saraiva e Bicalho	Revista Pensamento Contemporâneo em Administração	2014

(Continua)

Criação de banheiros LGBT: inclusão ou prática discriminatória?	Natt, Saraiva, Carrieri	IBEPES	2015
As representações sociais de secretários executivos gays: Questão de gênero e diversidade no trabalho	Souza, Martins e Souza	Revista Gestão e Conexões	2015
Metonímia de um extermínio: a violência contra a população LGBT	Saraiva	Revista de Estudos Organizacionais e Sociedade	2016
Da relação entre pessoas transgêneras e a Organização: novos sujeitos para os estudos sobre diversidade organizacional	Baggio	REGE – Revista de Gestão	2017
Consumo conspícuo: perspectiva de fidelização do consumidor LGBT no turismo brasileiro	Costa, Vasconcelos, Maia, Palmeira e Leite	Revista Hospitalidade	2018
Lazer e turismo LGBT em Brasília/DF sob a perspectiva da hospitalidade	Guerra, Wiesinieski e Brasileiro	Cenário	2018
Tudo muda pra quem? O discurso da Revista Exame sobre diversidade na reportagem de capa “Chefe, Eu Sou Gay”	Paniza e Cassandre	RIGS – Revista Interdisciplinar de Gestão Social	2018
A participação social nas políticas públicas LGBT: A experiência do Centro Estadual de Combate à homofobia de Pernambuco	Feitosa	RPPI – Revista Brasileira de Políticas Públicas e Internacionais	2019
O ritual de interpelação ideológica no Turismo LGBT e a impossibilidade do desejo que se desloca	Moreira e Campos	RBTUR – Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo	2019
O comportamento do turista LGBT com relação ao consumo em viagens de lazer	Neves e Brambatti	Rosa dos Ventos Turismo e Hospitalidade	2019
A representatividade LGBT no Marketing Mix: Como dar visibilidade a esse consumidor?	Tressoldi e Cardoso	International Journal of Bussinese Marketing (IJBMT)	2021
Da criação à institucionalização: um programa de diversidade criado pelos trabalhadores	Siqueira, Santos, Carvalho Neto e Gomes Neto	Revista Pensamento Contemporâneo em Administração	2022

(Continua)

Gay friendly para quem? Problematizando relações entre reprodução ideológica e produção de violência no turismo LGBT	Moreira, Censon e Campos	RTC – Revista de Turismo Contemporâneo	2023
Turismo e hospitalidade gay friendly na perspectiva da comunidade LGBTQIA+	Silva e Carvalho	Observatório de Inovação do Turismo – Revista Acadêmica	2023
Political Consciousness and Participation in the Defense of LGBTQ+ Rights at Work	Boasquevisque, Pallassia e Silva	Organizações e Sociedade	2023
O que os profissionais LGBTQIAPN+ percebem sobre as práticas de inclusão de diversidade sexual no trabalho?	Rezende e Guilhermino	Perspectivas em Gestão e conhecimento	2023

Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

Observa-se por meio da prática que a segmentação na área do turismo pela da população LGBTQIAPN+ tem destaque a partir do ano de 2012, quando o primeiro artigo é publicado na plataforma por Azevedo *et al.* (2012). No decorrer das análises sobre este tema, foram encontrados mais estudos nos anos de 2018, 2019 e 2023.

No artigo de Azevedo *et al.* (2012) teve como objetivo a discussão sobre turismo LGBT, retratando a segmentação deste setor na cidade de São Paulo, os autores discutem a importância do Turismo para geração de renda e seus efeitos sociais, especialmente, para a comunidade LGBTQIAPN+. Descrevem o turista LGBTQIAPN+ como um grupo de mercado em crescimento e destacam a importância do turismo ao gerar empregos e renda como resultado dos gastos e viagens à cidade que essa população faz, retratam também a necessidade de fortalecer políticas públicas voltadas para esta população em relação às ações turísticas, entendendo assim, as peculiaridades desse público em relação aos seus gostos, a sua segurança e respeito aos seus direitos. Os mesmos destacam a parada LGBTQIAPN+ que é a maior do mundo, e seus impactos na cidade, com aumento nos lucros, de empregos e no turismo é, em grande parte em decorrência do sucesso desse evento.

Nota-se em subsequência dos anos que os artigos publicados nos anos de 2013 têm como base de estudo apenas os homossexuais masculinos, trazendo em suma como esses trabalhadores enfrentam o dia a dia no ambiente de trabalho sendo alvos de preconceito e violência moral devido ao heterossexismo e à homofobia (DINIZ ET AL., 2013). Diniz et al., (2013) analisam as políticas as experiências de trabalhadores homossexuais a partir das aplicações de políticas de diversidades aplicadas nas organizações, para isso os autores entrevistaram trabalhadores homossexuais em organizações públicas e privadas e concluíram que há uma lacuna entre o discurso e a prática das políticas de diversidades aplicadas nas organizações, sendo que é perceptível os espaços e práticas de violência simbólica aplicadas aos homossexuais no ambiente organizacional, para isso os autores consideram que é necessário a aplicação de medidas que busquem conscientizar e debater políticas e ações que diminuam a violência aos homossexuais dentro das organizações.

Silva *et al.* (2013) descrevem no objetivo do estudo a análise e percepção dos homossexuais sobre a influência da orientação sexual na sua identidade e objetivo de trabalho, trazendo consigo uma pesquisa qualitativa com oito trabalhadores de classe média. Os autores buscam com esta pesquisa contribuir para a gestão de diversidade

e como o trabalho e a carreira interfere na identidade, pertencimento e sentido dos homossexuais a partir das possibilidades de socialização que ocorrem por meio do trabalho. Os autores tratam da homossexualidade e seus contextos históricos ao apresentarem discussões sobre o assédio sofrido por homossexuais, homofobia, discriminação e seus impactados numa sociedade masculinizada que resultam em processos de violência. Os autores confirmam por meio desta pesquisa que há diferenças no tratamento entre heterossexuais e homossexuais no ambiente do trabalho que impactam como se dá o sentido do trabalho e formação da identidade dos homossexuais dentro das organizações.

Na publicação do ano de 2014, onde apenas um artigo foi publicado sobre essa temática homossexual, pode-se observar sobre a discussão em destaque chamada “*coming out*” também conhecida como “sair do armário” em português (CAPRONI NETO; SARAIVA; BICALHO, 2014). Esse termo refere-se a quando o indivíduo revela a sua sexualidade ou identidade de gênero à família, amigos e sociedade. O *coming out* desempenha um papel importante na batalha pelos direitos e igualdade da população LGBTQIAPN+, pois, ao compartilhar suas experiências esses indivíduos buscam aceitação e inclusão nos ambientes que vivem.

Os autores descrevem sobre a vivência dos trabalhadores não heterossexuais no ambiente de trabalho. Porém, quando Caproni Neto, Saraiva e Bicalho (2014), fazem a pesquisa de campo qualitativa, nota-se que alguns indivíduos sofrem o preconceito velado sobre a sua sexualidade no ambiente de trabalho. O estudo destes autores contou com 15 entrevistados, apontando as percepções e as experiências que têm nas organizações, locais em que alguns optaram por não revelar sua orientação por medo de sofrerem discriminação. Os autores ainda informam que uma profissão com menos aceitação é a área da enfermagem, ao contrário da área do direito, por ser mais conservadora devido às especificidades e conservadorismo. Eles consideram que os homossexuais são preteridos dentro das organizações em relação aos funcionários não-homossexuais, esta afirmação acompanha as reflexões da pesquisa de Silva *et al.* (2013).

Dando continuidade nas análises, a primeira publicação do ano de 2015 foi a dos autores, Natt, Saraiva e Carrieri (2015), em que o estudo dá ênfase na discussão sobre as práticas discriminatórias em relação à população LGBTQIAPN+ na construção de banheiros, fazendo-se a entender as “boas intenções” na criação segregada nesses espaços. Discorrendo sobre o assunto, Natt, Saraiva e Carrieri (2015, p. 33), expõem que “dizer que há um lugar exclusivo para a comunidade LGBT é o mesmo que dizer que essas pessoas não são como as demais e, portanto, precisam ser excluídas dos ambientes comuns aos heterossexuais”, exibindo o conceito de “não lugar”.

Por conseguinte, os autores, baseados no sociólogo, Pierre Bourdieu, conceituam a violência simbólica no que se refere às formas de violência que não são físicas, mas que têm o poder de subjugar, marginalizar e oprimir essa população. Essa forma de violência simbólica, por exemplo, aponta como os meios de comunicação retratam determinados grupos, perpetuando estereótipos negativos sobre minorias étnicas, mulheres, pessoas LGBTQIAPN+ ou qualquer grupo marginalizado, isso não apenas fortalece, mas influencia a forma de como esses grupos são tratados na sociedade (NATT; SARAIVA; CARRIERI, 2015). Saraiva, Souza e Aguiar (2014) acompanham os autores em relação à discussão de violência simbólica e apresentam também a violência interpessoal que, para esses autores, acontece nas relações

microssociais que ocorrem no campo organizacional. Cabe salientar que a pesquisa de Natt, Saraiva e Carrieri (2015) chama a atenção em relação aos discursos massificados que permitem práticas de preconceitos e discriminação a população LGBTQIAPN+ que fragilizam e acarretam em retrocessos em relação a educação sexual e combate a violência em relação a identidade e orientação sexual.

Para Souza, Martins e Souza (2015) o auge “de um ambiente de trabalho preconceituoso pode culminar em práticas de violência, que podem ser apresentadas de diferentes maneiras: simbólica, física, psíquica, dentre outras” (SOUZA; MARTINS; SOUZA, 2015, s. p.), deixando nítido as formas violências praticadas contra esses indivíduos quando há discriminação e preconceito por parte dos demais fazendo com que essas pessoas enfrentem desafios singulares para a permanência e sobrevivência no ambiente de trabalho.

O estudo de Souza, Martins e Souza (2015) discute sobre a questão de gênero e aborda “as representações sociais de secretários executivos gays: Questões de gênero e diversidade no trabalho” demonstra em seu objetivo que analisa como os secretários executivos são representados e percebidos no cenário organizacional. A pesquisa discute como a orientação sexual e a identidade de gênero desses indivíduos influencia no ambiente de trabalho e como são vistos e tratados, haja que, essa é uma profissão feminina desde a Segunda Guerra Mundial (SOUZA; MARTINS; SOUZA, 2015). Além do mais, a sociedade deturpa a imagem do homossexual inferiorizando o indivíduo pela sua orientação sexual e rotulando estereótipos que estão enraizados pela sociedade. Ademais, os autores findam afirmando que já há algumas transformações positivas que geram maior visibilidade, mas que ainda é latente a necessidade de promover a inclusão e a diversidade a fim de criar um ambiente receptivo e igualitário independentemente da orientação sexual das pessoas, o que é acompanhado por Saraiva (2016).

Sobre o artigo de Saraiva (2016), o autor descreve em sua íntegra o relacionamento entre aluno e professor com um indivíduo LGBT, como orientando e como ser humano em si, conduzindo o trabalho por meio de seu próprio depoimento no qual diz respeito à homofobia e assassinato de um homossexual, discutindo a violência dirigida a esta comunidade. Com o uso da metonímia o autor explora como os atos de violência representam um problema à população LGBTQIAPN+ e ressalta a importância de compreender a violência como um ato de homofobia, discriminação e ódio. Saraiva (2016) ainda argumenta sobre o crime e salienta que a heteronormatividade permite a culpabilização da vítima.

Para o ano de 2017 foi encontrado o artigo de Baggio (2017), primeiro dentre os textos selecionados que abordam sobre e a população transgênera (pessoas que não se identificam com o sexo do nascimento) e tem como objetivo analisar as percepções que o indivíduo transgênero mantém sobre as suas relações. O estudo aborda a importância de incluir essas pessoas como novos sujeitos de análise sobre os estudos de diversidade nas empresas, discutindo sobre inclusão e representação dos transgêneros no contexto organizacional destacando a importância de considerá-los como uma classe significativa nos estudos sobre diversidade nas organizações.

A maioria desses indivíduos se prostituem, pois, não conseguem se inserir no mercado de trabalho formal. A autora pondera que, “as pessoas transgêneras que não se prostituem, em geral, são empreendedoras no setor de estética ou funcionárias públicas concursadas já que a impossibilidade legal de demissão assegura sua

permanência no trabalho ainda que sob constante preconceito e discriminação” (BAGGIO, 2017, p. 5, tradução nossa). Durante a pesquisa, e entrevista com seis pessoas transgêneras, a autora observa que diante dos preconceitos existentes nas organizações e a falta de gestão de diversidade conclui-se que a trajetória dessas pessoas é marcada pela restrição de oportunidades, pela ignorância e falta de reconhecimento à transgeneridade.

Já no ano de 2018, as pesquisas aumentaram para três publicações, dentre elas, a primeira de Costa *et al.*, (2018), os autores buscaram analisar a fidelização dos consumidores dessa classe discutindo a importância do mercado LGBT de turismo no Brasil por meio de uma análise quantitativa com 101 respondentes de 21 estados da federação. A fidelização desse público neste mercado é de grande vantagem, pois esses sujeitos buscam marcas que tenham comprometimento com a diversidade e inclusão. O termo consumo conspícuo utilizado pelos autores diz respeito à prática de consumo ostensivo onde é observada pelo nicho de mercado sob a população LGBT, no qual o indivíduo busca produtos e serviços que manifestam sua identidade de gênero e orientação sexual (COSTA ET AL., 2018). Partindo da premissa que este público tem o consumo mais elevado, os autores (2018, p. 88) relatam que, “estes indivíduos costumam viajar sozinhos, e os casais, em sua maioria, não possuem filhos, resultando no aumento de gastos com lazer, luxo e entretenimento”. Esta pesquisa comprova o modelo Percepção de Outros Consumidores (POC) de Hyun e Han (2015) o que sugere que o mercado dê mais visibilidade e atenção a população LGBTQIAPN+, já que estes apresentam um perfil de consumo mais exigente buscando associações às marcas e mercadorias que tem um valor social agregado, mostrando a necessidade de se autoafirmar em uma sociedade heteronormativa e homofóbica.

Guerra, Wiesinieski e Brasileiro (2018, p. 76) tem como objetivo de estudo a “oferta de lazer na cidade de Brasília e as possibilidades do turismo para o público LGBT na perspectiva da hospitalidade”, tendo como base dados descritos por Campbell (2014), os autores apontam que é a cidade mais receptiva e que mais tem uniões registradas em cartório dessa população e com menores índices de homofobia o que traz como resultado uma cidade mais hospitaleira e *gay-friendly*, também chamados de amigos da diversidade, sendo mais acolhedora, respeitosa e inclusiva em relação às pessoas que fazem parte dessa comunidade. É um nicho de mercado que tem uma postura que demonstra compreensão, apoio e empatia em relação às questões enfrentadas por esses indivíduos reduzindo os estigmas da discriminação enfrentados por esse público.

Paniza e Cassandre (2018), tiveram como objetivo analisar o discurso publicado pela revista Exame sobre diversidade sexual e de gênero no ambiente de trabalho e seus impactos. Os pesquisadores utilizaram como método de pesquisa a análise crítica de discurso francesa que limita-se a análise linguística dos textos, assim como aspectos sociais e históricos.

No trabalho de Feitosa (2019), teve como objetivo analisar a participação social nas políticas públicas LGBTQIAPN+ do estado de Pernambuco, tendo como principal análise o Centro Estadual de Combate à Homofobia (CECH), que traz desde o ano de 2011 pelo governo de Pernambuco assistência psicológica, jurídica e socioassistencial à população LGBTQIAPN+. O artigo destaca a importância da participação da sociedade civil nas decisões relacionadas aos direitos desta população especificamente em um contexto em que a discriminação e a violência

contra o LGBTQIAPN+ ainda são problemas consideráveis. Feitosa (2019), descreve em seu estudo as atividades e iniciativas do CECH como as campanhas de conscientização e a criação de espaço para acolher e dialogar com esses indivíduos dando suporte e apoio quando são vítimas de violência e discriminação. O autor enfatiza a importância da criação e participação social na construção de políticas públicas mais inclusivas para a comunidade LGBTQIAPN+ dando notoriedade ao Centro Estadual de Combate à Homofobia sendo um modelo impulsionador à esse debate (FEITOSA, 2019).

O artigo de Moreira e Campos (2019), problematiza o segmento do turismo LGBT discutindo as importantes interações entre o turismo LGBTQIAPN+ e as questões de identidade de gênero e sexualidade onde os autores exploram como o turismo muitas vezes abrangem uma interpelação ideológica, no qual as expectativas e estereótipos sociais são desafiados e questionados. Utilizam a Análise de Discurso (AD) como procedimento de análise de quatro imagens que são consideradas pelos autores como “sequência discursiva”.

Ainda interpelam que o turismo LGBTQIAPN+ enxerga esses indivíduos, antes de tudo, como um produto (MOREIRA; CAMPOS, 2019). Os autores enfatizam como as experiências do turismo podem ser libertadoras ou limitantes, haja que, a busca por autenticidade e aceitação muitas vezes se esbarram com as estruturas sociais e normas tradicionais.

Neves e Brambatti (2019) ao utilizar de procedimentos quali-quantitativos de pesquisa durante a 22ª Parada Gay de São Paulo (2018) buscando estabelecer uma relação entre o comportamento do turista LGBTQIAPN+ com o consumo de viagens de lazer. Explanam dados de gastos dessa população em viagens que quando comparadas ao turista heterossexual, totaliza 30% a mais e representa 10% do total de turistas mundiais. Os autores dizem que essa comunidade representa gastos de 3 trilhões de dólares por ano ao redor do mundo em gastos com turismo, lazer, cultura, festas, restaurantes com o movimento econômico chamado de *pink money*. Essa população busca destinos mais inclusivos e receptivos (NEVES; BRAMBATTI, 2019). Os autores discorrem sobre o hedonismo e o turismo hedonista, fatos relacionados ao prazer dos sujeitos, o que é característica da população LGBTQIAPN+.

O ano de 2021, conta com uma publicação dos autores, Tressoldi e Cardoso (2021) com o título “A representatividade LGBTQ no Marketing Mix: como dar visibilidade a esse consumidor?” com o objetivo verificar quanto essa população se vê representada pela Natura e Skol, destacando a necessidade de uma abordagem sensível para a representatividade desses consumidores no marketing mix visando atender esse mercado de forma ética, inclusiva e eficazmente. Tressoldi e Cardoso (2021) destacam a lacuna teórica existente para os estudiosos do Marketing entenderem os consumidores LGBTQIAPN+ e alerta aos profissionais do Marketing que a necessidade de compreender a história de lutas e conquistas dos movimentos sociais LGBTQIAPN+.

Os autores também abordam a importância de incluir essa comunidade nas estratégias de marketing nas empresas, porém, muitas ainda sofrem pelo medo de serem boicotadas por apoiar as causas LGBTQIAPN+. Diante disso, os mesmos colaboram e contribuem, esclarecendo que existem diversas maneiras de uma marca contribuir com esse consumidor, seja por meio de marketing focados ao público, utilizando as mídias para anúncios, comerciais, políticas internas de inclusão e

diversidade (TRESSOLDI; CARDOSO, 2021). Os pesquisadores discorrem ainda que a representatividade LGBTQIAPN+ não é apenas uma questão de diversidade, mas também uma estratégia de negócios, em virtude desse grupo representar um mercado significativo e influente conforme comprovado nas leituras anteriores.

Em 2022, obteve-se assim como em 2021 apenas uma publicação sobre o tema e trata-se do estudo de Siqueira *et al.* (2022) com o título “Da criação à Institucionalização: um programa de diversidade criado pelos trabalhadores” com objetivo de discutir a implementação de um programa de diversidade a partir do olhar dos empregados nas áreas e cargos variados nas organizações, isso inclui o setor de Recursos Humanos e cargos de gestão, tendo ênfase na colaboração dos próprios funcionários na criação e institucionalização. Os autores trazem uma perspectiva crítica em relação ao papel da Diversidade e do setor dos Recursos Humanos nas práticas organizacionais. Foram utilizados procedimentos qualitativos de pesquisa com 15 funcionários de recursos humanos responsáveis pela implantação de ações de diversidade em uma organização. A pesquisa descreve como os funcionários desempenharam um papel fundamental na identificação da necessidade de promover a diversidade e inclusão na organização.

As publicações do ano de 2023 que contam com quatro artigos, o primeiro a ser abordado tem como título “*Gay friendly* pra quem? Problematizando relações entre reprodução ideológica e produção de violência no turismo LGBT”, dos autores Moreira, Censon e Campos (2023). O artigo tem como objetivo refletir sobre possíveis relações entre a reprodução ideológica e a produção de violência pelo turismo LGBTQIAPN+, por meio da análise de discurso sobre o documentário “Depois do Fervo”, trazendo em sua íntegra a discussão da complexa visão por trás da cidade de Florianópolis - SC que se caracteriza pelo destino no turismo como uma cidade “*gay friendly*”, mas discute as questões de reprodução ideológica e violência que pode surgir nesse contexto de pessoas LGBTQIAPN+ que vivem na cidade.

O estudo busca analisar as diferenças sutis por trás da imagem de acolhimento à comunidade LGBTQIAPN+ e destaca quem realmente se beneficia e quem enfrenta os desafios e discriminação. No decorrer da leitura, os autores questionam se essa recepção é verdadeira ou se o turismo é de fato para obtenção de lucros, deixando se sobrepor às questões humanitárias, práticas antidiscriminatórias e um ambiente realmente *gay friendly* (MOREIRA; CENSON; CAMPOS, 2023).

Na pesquisa “Turismo e hospitalidade *gay friendly* na perspectiva da comunidade LGBTQIA+”, dos autores Silva e Carvalho (2023), que apresentam como principal objetivo discutir as opiniões da comunidade LGBTQIAPN+ em relação ao nível de acolhimento nos destinos turísticos no Brasil. Os autores abordam a importância da inclusão e aceitação dessa população no setor de turismo e hospitalidade, salientando o termo *gay friendly* em que se referem aos estabelecimentos e aos destinos que são acolhedores e respeitam a diversidade de gênero e sexualidade.

Ainda sobre o conceito de *gay friendly*, Silva e Carvalho (2023) dizem que esse conceito “ganhou projeção nas últimas décadas e vem sendo usado como estratégia de marketing de diversos destinos turísticos, atraindo o público LGBTQIAPN+ para o consumo de bens, produtos e serviços [...], movimentando e dinamizando a economia de diversas regiões” (p. 69). O artigo destaca ainda, o impacto positivo que um ambiente mais inclusivo pode ter no turismo.

Os viajantes LGBTQIAPN+ estão dispostos a gastar seu dinheiro em destinos e estabelecimentos que os acolhem e recepcionem de forma inclusiva e isso pode impulsionar a economia local. Em contrapartida, segundo as pesquisas realizadas pelos autores, 55% dessas pessoas já sofreram discriminação como piadas ofensivas, agressões verbais, insultos, olhares de condenação, além de humilhação (SILVA; CARVALHO, 2023). Essa população é relacionado a um público que possui um faturamento médio ou e que promove gastos mais elevados, pois permanecem mais tempo nos destinos se comparado ao público heterossexual, ou seja, o lucro que essa população dar ao comércio faz com que os empresários se sintam atraídos a esse nicho (SILVA; CARVALHO, 2023).

Boasquevisque, Palassia e Silva (2023) com o seu trabalho “Political Consciousness and Participation in the Defense of LGBTQ+ Rights at Work” buscam compreender a participação e consciência sociopolítica dos trabalhadores de call center, sindicalistas e lideranças em ações coletivas de defesa dos direitos LGBTQIAPN+ nas relações trabalhistas. Os autores discorrem que há necessidade de se questionar como se consolida a mobilização e ações coletivas dentro das demandas desses setores trabalhistas em relação aos direitos das pessoas LGBTQIAPN+. Para isso foram entrevistadas lideranças de coletivos e sindicatos que militam para os direitos da população LGBTQIAPN+ e trabalhadores e trabalhadoras. Se configura um distanciamento entre o entendimento dos representantes de sindicatos e coletivos e os trabalhadores sobre os interesses coletivos da população LGBTQIAPN+. Como conclusão, os autores relatam que a participação dos trabalhadores tem seis configurações: trabalhador temporário passivo; trabalhador temporário satisfeito; trabalhador fiel pessimista; defensor da empresa; militante institucionalista tradicional; Militante coletivista LGBTQIAPN+.

Para finalizar esta primeira parte das análises, discute-se a última publicação do ano de 2023 intitulada, “O que os profissionais LGBTQIAPN+ percebem sobre as práticas de inclusão da diversidade sexual no trabalho?” que tem como mote analisar como os trabalhadores LGBTQIAPN+ percebem o papel da gestão e da inclusão de diversidade e da gestão de diversidade nas organizações, para isso foram entrevistados 16 profissionais LGBTQIAPN+ para tratar de diversidade sexual, gestão da diversidade e inclusão. Os autores destacaram as práticas (in)existentes de inclusão da diversidade sexual e o papel da gestão da diversidade na visão destes profissionais e concluíram que para a melhor aplicação da diversidade, inclusão e gestão de diversidade as organizações devem inserir essas práticas na sua cultura organizacional

A partir desta primeira apresentação de cada artigo, foi identificada a necessidade de ampliar as análises por meio da criação de categorias e conjuntos de artigos. As categorias elencadas ao longo dos estudos dos artigos analisados são: 1) Consumo e os LGBTQIAPN+; 2) Turismo e a população LGBTQIAPN+; 3) Trabalho e Diversidade e 4) Violência, Políticas e Discriminação. Em seguida é abordado individualmente cada categoria.

3.1 Consumo e os LGBTQIAPN+

Diante das leituras realizadas, pode-se observar os assuntos que predominaram nos textos como o consumo, um dos assuntos mais abordados, visto que essa população parte é formada por indivíduos cujos gastos estão mais

destinados aos artigos de luxo e a marcas que, tipicamente, possuem maior representatividade desses indivíduos. Costa *et al.* (2018) ressaltam que:

os consumidores LGBT apresentam um perfil de compra mais exigente, estabelecendo relações com marcas e produtos que possuem valor social agregado. O fato se deve, muitas vezes, à necessidade de demonstrar força e poder como uma forma de autoafirmação dentro de uma sociedade homofóbica e excludente (p. 90).

Guerra, Wiesinieski e Brasileiro (2018), Neves e Brambatti (2019) discorrem que o consumidor LGBTQIAPN+ manifesta maior disposição em gastos o que em média representa 30% a mais que a população heterossexual consumindo mais em cultura, turismo e diversos bens de consumo. Já Azevedo *et al.* (2012) aponta que 83% do público homossexual estaria localizado nas classes A e B e gastam mais do que a população heterossexual em viagens, cartões de crédito, restaurantes, bares, carros e outros produtos.

Tressoldi e Cardoso (2021) reafirmam em seu estudo, citado por Costa *et al.* (2018, p. 59) que “clientes LGBTQ emergiram como um público consumidor importante devido ao seu alto poder de compra, e as marcas mostraram um nível heterogêneo de capacidade de resposta a eles”. Face a isto, conclui-se que essa população é de extrema importância para as empresas que representam a segmentação do LGBTQIAPN+, os autores ao discutirem sobre o mix de marketing confirma que esta técnica/procedimento organizacional têm como objetivo gerar o desejo de compra nos consumidores para que se sentam representados pelas marcas que adquire. Em contrapartida, Tressoldi e Cardoso (2021) deixam explícito que essa população ainda tem a necessidade de ações de representatividade relacionadas ao consumo, pois esse consumidor ainda é pouco compreendido pelas organizações e suas estratégias mercadológicas de Consumo.

Costa *et al.*, (2018) e Tressoldi e Cardoso (2021) concordam que é de extrema importância a representatividade dessa população no nicho de mercado observando o comportamento de consumo permitindo captar as carências nessa segmentação, reformulando uma estratégia de mercado para satisfazer, acolher e atende-los sem discriminação, fidelizando o consumidor.

Em relação a esta categoria, conclui-se que parte desse grupo social tem um alto nível de consumo, pois, para se sentirem aceitos pela sociedade necessitam obter itens de marca para se autoafirmar nos espaços sociais. As organizações entendem o valor comercial e de consumo que a população LGBTQIAPN+ pode representar em seu orçamento e neste sentido algumas organizações direcionam as suas estratégias de mercado para este público. Convém questionar qual é a real efetividade das organizações que se baseiam apenas nesta visão de consumo para o processo de emancipação dos direitos e da diversidade LGBTQIAPN+.

3.2 Turismo e a população LGBTQIAPN+

Nesta categoria é observado que essa classe social consome muito quando diz respeito ao turismo. Azevedo *et al.* (2012) afirmam que o turismo é uma das maiores atividades que movimentam a economia, no ano de 2011 essa segmentação

movimentou 9.1% no PIB mundial. Guerra, Wiesinieski e Brasileiro (2018) fazem alusão a essa segmentação quando dizem que os empresários estão dando mais atenção a esse nicho de mercado e vendo possibilidades de lucratividade quando atende às particularidades dessa classe, pois os turistas em sua maioria têm alto nível de escolaridade e remuneração elevada quando comparados aos indivíduos heterossexuais. O público alvo deste evento tem potencial de consumo elevado, são bem informados e rígidos nas escolhas, na maioria das vezes, não possuem filhos e isso faz com que a renda do casal seja maior.

Campos e Moreira (2019) apresentam o termo *pink money* juntamente com Brambatti e Neves (2019) trazendo o seu significado e informando que é o dinheiro gasto por esse público e referem-se aos lucros produzidos pela comunidade. Na segmentação do turismo nos informam que o Brasil é tido como um destino turístico para os sujeitos LGBTQIAPN+. O campo de hotelaria tem lucrado bastante com essa população em hospedagem. Segundo Campos e Moreira (2019), Embratur (Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo) integrava campanhas que objetivavam trazer a população LGBTQIAPN+ ao país, isso porque, essa segmentação possui um retorno financeiro maior que outros segmentos.

Silva e Carvalho (2023), discutem sobre a hospitalidade no turismo, os autores trazem a porcentagem de que 90% da população LGBTQIAPN+ afirma que o Brasil não está preparado para receber esse público, isto se confirma com a informação que o Brasil é o país que mais mata a população LGBTQIAPN+ no mundo.

Diante do exposto pelos autores, observa-se que o turismo é uma prática de consumo da população LGBTQIAPN+, mas esses indivíduos são enxergados apenas como um produto. A falta de políticas públicas voltadas para a população LGBTQIAPN+ compromete a diminuição de discriminação, preconceito e ódio dirigidos a essa população. A participação do Estado para a criação de políticas de defesa é de suma importância para garantir os direitos desses cidadãos.

3.3 Trabalho e Diversidade

No que concerne ao Trabalho e Diversidade, os artigos que contribuíram para a construção das discussões deste trabalho, discorrem respeito da inserção da população LGBTQIAPN+ nas organizações. Para Diniz *et.al.* (2013), os LGBTQIAPN+ tratam-se de grupos marginalizados, devido à homofobia, discriminação e heterossexismo, apontam pesquisas que abordam a ineficiência de políticas de diversidade no campo organizacional e discussões sobre relações interpessoais sobre essa população. Neste contexto, esses sujeitos sofrem recorrentes violências, e muitas vezes, não assumem a sua sexualidade nos espaços sociais das organizações. Corroborando com essa discussão Silva *et al.* (2013) reafirmam que essa população é discriminada nas organizações, “seja porque à grande maioria das organizações faltam programas voltados para a diminuição de práticas homofóbicas” (p. 87).

Caproni Neto, Saraiva e Bicalho (2014) afirmam que a diversidade é aquilo que distância da identidade do homem branco, heterossexual e que não tem deficiências. Souza, Martins e Souza (2015), discutem sobre as representações dos homossexuais em cargos de secretários, visto que foi um cargo muito tempo ocupado por mulheres, nota-se que diante da diversidade de gênero causa uma estranheza para profissionais masculinos que ocupam o cargo, pois está situado em um plano de inferioridade diante

até mesmo da comunidade gay. É observado a falta de treinamento de pessoas selecionando adequadamente e incluindo a prática de diversidade para um ambiente que colabore com a individualidade de cada um.

Durante a abordagem das práticas de diversidade, em relação a esta comunidade, apenas um trabalho foi citado no tocante a discussão sobre a população transgênera, tema pouco abordado, Paniza e Cassandre (2018) confirmam esta premissa da ausência de estudos sobre transsexualidades no campo organização. O termo diversidade discutido por Baggio (2017), diz respeito a exatamente a quebra dos padrões heteronormativos, de homens brancos e cisgênero, aborda a importância de incluir essas pessoas como foco de estudo no que concerne à diversidade organizacional contextualizando a discriminação histórica e as barreiras enfrentadas por esses indivíduos no local de trabalho, incluindo questões de discriminação, preconceito e desigualdade de oportunidades. Compreende-se neste contexto a necessidade das organizações investirem em ações para a contratação de pessoas transgêneras e não-binárias, assim como conscientizar seus funcionários, clientes e fornecedores sobre estas comunidades.

Paniza e Cansandre (2018), reafirmam quanto à contextualização de Trabalho e Diversidade e dizem que faz alusão ao dissemelhante, abordando a diversidade a partir da gestão de recursos humanos gerido pela organização, abordando um ambiente mais igualitário, com oportunidades iguais que atendam as particularidades de cada indivíduo. Para Siqueira et al. (2022) mostram que até o início do século XX os interesses dos colaboradores não eram levados em consideração e o recrutamento dos indivíduos eram feitos a partir do perfil da organização comprovando que a política de diversidade não era praticada nessa época.

A partir do estudo de Boasquevisque, e Pallassia e Silva (2023), compreende-se a importância e necessidade de compreender a consciência política e participação coletiva em relação aos direitos LGBTQIAPN+, é necessário discutir e alinhar as dinâmicas sociais entre os diferentes grupos e interesses nas relações trabalhistas. Diante das contribuições e leituras acerca da diversidade observa-se uma escassa prática de política de diversidade nas organizações. Dos estudos, a maioria aborda sobre os homossexuais, e alguns sobre lésbicas, ignorando os estudos sobre travestis cuja grande parte vive à margem da sociedade por meio de trabalhos informais e relacionados à prostituição de forma não segura. A prática dessas políticas, mesmo que mínimas, é realizada apenas para homossexuais.

Rezende e Guilhermino (2023) destacam em relação ao Trabalho e Diversidade a importância dos gestores investirem na mudança de cultura organizacional aliada a gestão estratégica de pessoas para que a percepção e realidade dos profissionais LGBTQIAPN+ melhore a partir da institucionalização da inclusão, diversidade e gestão de diversidade dentro das organizações.

3.4 Violência, Políticas e Discriminação

Uma última categoria foi criada para serem abordados os trabalhos que não se encaixam nos grupos anteriores. A categoria Violência, Políticas e Discriminação pretende abordar os artigos que em sua tônica apresentaram críticas em relação aos pontos mais sensíveis a população LGBTQIAPN+.

O trabalho de Saraiva (2016) é o único que discute de forma direta sobre a violência sofrida pela população LGBTQIAPN+. Pode-se considerar que a temática de

violência ainda é pouco abordada nos Estudos Organizacionais e é necessário que tanto os pesquisadores quanto os administradores das organizações se atentem a esta discussão para a conscientização e diminuição da violência contra esse grupo social.

Diniz *et.al.* (2013) apontam que a este público é alvo de recorrentes violências e discriminação. À vista disso, os debates dessas categorias são escassos no campo organizacional, pois são assuntos velados e ainda tidos como tabu.

Na publicação de Natt, Saraiva e Carrieri (2015), a abordagem sobre a prática de discriminação usando o conceito de “não lugar” provoca no leitor uma reflexão em relação entre inclusão e discriminação da população LGBTQIAPN+ mostrando que há segregação a partir da ausência de relações interpessoais que são significativas principalmente na construção de banheiros separados para esses indivíduos sendo uma prática discriminatória, partindo do preceito de prática de inclusão para que essas pessoas se sintam mais confortáveis ao utilizar o sanitário.

Outro tema pouco explorado nas publicações e que também é abordado no artigo de Natt, Saraiva e Carrieri (2015) é a violência simbólica em que discorrem acerca do assunto e fazem referências às formas sutis e muitas vezes “invisíveis” no que se refere a algum ato discriminatório contra esses indivíduos. Ao contrário da violência física, explícita, a simbólica, como o próprio nome sugere, ocorre por meio de símbolos, significados e normas culturais que reproduzem as desigualdades sociais.

Entre as publicações que contribuem com esta categoria há o artigo de Moreira, Censon e Campos (2023) um artigo mais atual sobre a discussão de violência principalmente praticada nos anos de 2018 a 2022. O artigo discute e comprova mais uma vez que o gasto dessa população representa 10% do PIB mundial, mas em contrapartida os autores se baseiam no documentário “Depois do ferver” em que fazem um levantamento por meio de pesquisa qualitativa, coletando dados e entrevistas de indivíduos dessa comunidade que residem na cidade de Florianópolis – SC comprovando que a cidade disfarça o preconceito e a discriminação para receber turistas e gerar lucro à cidade.

Diante destas análises, é observado a necessidade da ampliação das pesquisas em Administração que se relacionam com aspectos de discussão da violência, da discriminação e das políticas públicas voltadas à população LGBTQIAPN+, identifica-se aqui uma lacuna a ser melhor atendida pelos pesquisadores organizacionais. Após a discussão dos aspectos analisados das categorias parte-se para as considerações finais do trabalho.

4. Considerações Finais

De acordo com o objetivo proposto nesta pesquisa que foi de analisar como estão estabelecidas as pesquisas sobre população LGBTQIAPN+ no campo da Administração, das leituras realizadas, dos dados da pesquisa e das análises dos artigos, os estudos apontam que a não aceitação e a marginalização deste público ainda é constante, pois acabam não tendo a oportunidade de crescimento profissional devido ao heterossexismo e heteronormatividade que as organizações têm em relação a esta população. Neste sentido, a orientação sexual age desqualificando o

profissional pelo preconceito de que essas pessoas não desempenham bem o seu trabalho devido a sua sexualidade (CAPRONI NETO; SARAIVA; BICALHO, 2014).

Ao olhar, especialmente, para os queers, pansexuais e não binários, é possível dizer que o número de trabalhos acadêmicos são nulos quanto à discussão sobre estes sujeitos, neste sentido, confirma-se a falta de compreensão sobre o que não se enquadra dentro da binariedade. A homossexualidade teve mais visibilidade nesses trabalhos, seguindo de algumas citações sobre lésbicas, bissexuais, travestis e uma publicação direcionada aos transgêneros. O que reflete a falta de conhecimento sobre essa temática e a necessidade de se ampliar o campo de pesquisa em relação aos grupos LGBTQIAPN+. Aqui, é percebido um avanço em relação a pesquisa de Garcia e Souza (2010), no entanto confirma-se que apesar do destaque da homossexualidade entre os trabalhos ainda se trata também de um campo de pesquisa incipiente.

Este trabalho contribui para o campo dos Estudos Organizacionais ao trazer discussões referentes à Gestão de Diversidade e especificamente à população LGBTQIAPN+. Assim, pretendeu-se a partir disso provocar os estudantes e professores do curso de Administração e os estudiosos organizacionais para a importância e necessidade de se pesquisar sobre as minorias e as Diversidades.

A pesquisa pretende contribuir para o avanço teórico sobre as relações entre gênero e sexualidade no campo da administração e buscou apresentar implicações práticas e acadêmicas, oferecendo contribuições relevantes para as práticas de gestão de diversidade relacionadas à população LGBTQIAPN+. Ainda, os resultados ajudam a explicar as causas de tais discriminações. Contribui para a análise das discussões sobre o público LGBTQIAPN+ em observância dos estudos realizados nesta temática, retratando que esta população ainda sofre preconceito, discriminação e violência e é apenas observada e usada para gerar lucros no mercado.

Cabe ressaltar que o estudo teve as suas limitações a busca pela base de dados usada como pesquisa poderia ter sido ampliada e realizada em mais bases, mas optou-se por realizar apenas a pesquisa em uma plataforma. Ademais, salienta-se a necessidade do desenvolvimento de novas publicações e estudos nessa área para práticas antidiscriminatórias, respeito e igualdade para essa população. Neste sentido, é de suma relevância que seja retomado os estudos e que se dê destaques as essas discussões, sugere-se, então que sejam feitas outras pesquisas utilizando outras bases de dados como *Web of Science*, *Scopus* e *SciELO* e que sejam feitas pesquisas interseccionais no campo do turismo e consumo para que se entenda melhor as discussões de classe, de gênero e de raça e as suas nuances no grupo social LGBTQIAPN+ e sobre a interseccionalidade levantada por Fraga *et al.* (2022), que trata de um ponto central que precisa ser evidenciado nas pesquisas no campo das organizações sobre a população LGBTQIAPN+.

Referências

ANJO, J. E. S.; BRITO, V. G. P.; BRITO, M. J.; Estética organizacional nos estudos organizacionais brasileiros: Revisão sistemática na base Spell. **Teoria e Prática em Administração**, v.12, n.2, p. 1-13, 2022. <http://dx.doi.org/10.22478/ufpb.2238-104X.2022v12n2.60889>

AZEVEDO, M. S.; MARTINS, C. B.; PIZZINATTO, N. K.; FARAH, O. E. Segmentação no setor turístico: o turista LGBT de São Paulo. **Revista de Administração da Universidade Federal de Santa Maria**, v. 5, n. 3, p. 493-506, 2012.

BAGGIO, M. C. About the Relation between Transgender People and the Organizations: New Subjects for Studies on Organizational Diversity. **Revista de Gestão**, v. 24, n. 4, p. 360-370, 2017.

CARRIERI, A. P.; SOUZA, E. M.; AGUIAR, A. R. C. Trabalho, violência e sexualidade: estudo de lésbicas, travestis e transexuais. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 18, n. 1, p. 78-95, 2014.

COSTA, L. M. A.; VASCONCELOS, E. G. S.; MAIA, M. R. A.; PALMEIRA, P. S. A.; LEITE, J. C. L. Consumo conspícuo: perspectiva de fidelização do consumidor Lgbt no setor de turismo brasileiro. **Revista Hospitalidade. São Paulo**, v. 15, n. 02, p. 83-101, 2018.

DINIZ, A. P. R.; CARRIERI, A. P.; GANDRA, G.; BICALHO, R. A. Políticas de diversidade nas organizações: as relações de trabalho comentadas por trabalhadores homossexuais. **Revista Economia & Gestão**, v. 13, n. 31, jan./abr. 2013.

FEITOSA, C. A. A Participação Social nas Políticas Públicas LGBT: A experiência do Centro Estadual de Combate à Homofobia de Pernambuco. **Revista Brasileira de Políticas Públicas e Internacionais**, v. 4, n. 3, p. 168-195, 2019.

FRAGA, A. M.; COLOMBY, R. K.; GEMELLI, C. E.; PRESTES, V. A. As diversidades da diversidade: revisão sistemática da produção científica brasileira sobre diversidade na administração (2001-2019). **Cadernos EBAPE.BR**, v. 20, n. 1, p. 1-19, 2022.

GARCIA, A.; SOUZA, E. M. Sexualidade e trabalho: estudo sobre a discriminação de homossexuais masculinos no setor bancário. **Revista de Administração Pública**, v. 44, n. 6, p. 1353-1377, 2010.

GÓIS, P. L. F.; SILVA, S. M. M. M. A produção acadêmica brasileira sobre o consumidor LGBTQIAP+. **E&G Economia e Gestão**, v. 23, n. 64, p. 113-130, 2023.

GUERRA, A. R. D. T.; WIESINIESKI, L. C. B. S.; BRASILEIRO, I. L. G. Lazer e turismo LGBT em Brasília/DF sob a perspectiva da hospitalidade. **Cenário Revista Interdisciplinar em Turismo e Território**, v. 6, n. 11, p. 75-91, 2018.

IRIGARAY, H. A. **A Diversidade nas Organizações Brasileiras: Estudo sobre orientação sexual e ambiente de trabalho**. 2008. Tese de Doutorado

MARQUES JUNIOR, E. C.; MARQUES, A. L. B. A.; DANTAS, A. B. Gestão da Diversidade no Brasil: Artigos Publicados na Base Spell no Período 2006 – 2016. **Amazônia, Organizações e Sustentabilidade**, v. 9, n. 1, p. 27-49, 2020.

MELO, A. S.; SANTOS, M. P.; BRITO, M. D. S. A construção de relações interpessoais no ambiente de trabalho para a população LGBTQIAPN+: **Revisão Integrativa. Estudos de Administração e Sociedade**, v. 7, n. 2, p. 21-41, 2022.

MOREIRA, M. G.; CAMPOS, L. J. O ritual da interpelação ideológica no Turismo LGBT e a impossibilidade do desejo que se desloca. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 13, p. 54-68, 2019.

MOREIRA, M. G.; CENSON, D.; CAMPOS, L. J. Gay friendly pra quem? Problematizando relações entre reprodução ideológica e produção de violência no turismo LGBT. **Revista de Turismo Contemporâneo**, v. 11, n. 1, p. 104-126, 2023.

NATT, E. D. M.; SARAIVA, L. A. S.; CARRIERI, A. P. Criação de Banheiros LGBTs: Inclusão ou Prática Discriminatória?. **Revista Eletrônica de Ciência Administrativa**, v. 14, n. 1, p. 31-44, 2015.

NETO, H. L. C.; SARAIVA, L. A. S.; BICALHO, R. A. Diversidade sexual nas organizações: um estudo sobre coming out. **Revista pensamento contemporâneo em administração**, v. 8, n. 1, p. 86-103, 2014.

NEVES, C. S. B.; BRAMBATTI, L. E. O Comportamento do Turista LGBT com Relação ao Consumo em Viagens de Lazer. **Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade**, v. 11, n. 4, p. 832-846, 2019.

PANIZA, M. D. R.; CASSANDRE, M. P. Tudo muda pra quem? O Discurso da Revista Exame sobre Diversidade na Reportagem de Capa "Chefe, Eu Sou Gay". **Revista Interdisciplinar de Gestão Social**, v. 7, n. 2, p. 119-141, 2018.

POMPEU, S. L. E.; ROHM, R. H. D. Gerenciamento da Identidade e Estratégias de Enfrentamento da Discriminação no Trabalho Usadas por Mulheres Homossexuais. **Revista ADM.MADE**, v. 22, n. 3, p. 1-21, 2018.

POMPEU, S. L. E.; SOUZA, E. M. A Produção Científica sobre Sexualidade nos Estudos Organizacionais: Uma Análise das Publicações Realizadas entre 2005 e 2014. **Organizações & Sociedade**, v. 84, p. 50-67, 2018.

REZENDE, F. V.; GUILHERMINO, G. M. S. O que os profissionais lgbtqiapn+ percebem sobre as práticas de inclusão da diversidade sexual no trabalho?. **Perspectivas em Gestão & Conhecimento**, v. 13, n. 3, p. 1-17, 2023.

SARAIVA, L. A. S. Metonímia de um extermínio: a violência contra a população LGBT. **Farol - Revista de Estudos Organizacionais e Sociedade**, v. 3, n. 7, p. 762-777, 2016.

SILVA, A.; BASTOS, G. M. F.; LIMA, T. C. B.; FERRAZ, S. F. S.; CABRAL, A. C. A. Sentido do trabalho e diversidade: um estudo com homossexuais masculinos. **Revista ADM.MADE**, v. 17, n. 2, p. 85-105, 2013.

SILVA, B. J. C.; CARVALHO, K. D. Turismo e hospitalidade gay friendly na perspectiva da comunidade LGBTQIA+. **Revista Acadêmica do Observatório de Inovação do Turismo**, v. 17, n. 1, p. 1-29, 2023.

SIQUEIRA, C. B. C.; MOTA-SANTOS, C. M.; CARVALHO NETO, A.; GOMES NETO, M. B. Da criação à institucionalização: um programa de diversidade criado pelos trabalhadores. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 16, n. 3, p. 105-120, 2022.

SOUZA, E. C. P.; MARTINS, C. B.; SOUZA, R. B. As representações sociais de secretários executivos gays: questões de gênero e diversidade no trabalho. **Gestão & Conexões**, v. 4, n. 1, p. 116-139, 2015.

SOUZA, M. B. A mapeadora de ausências: metapesquisa da produção histórica sobre a população LGBTQIAPN+ no Brasil (1987-2018). 2022.

TEIXEIRA, J. C.; OLIVEIRA, J. S.; DINIZ, A.; MARCONDES, M. M. Inclusão e Diversidade na Administração: Manifesta para o Futuro-Presente. *Revista de Administração de Empresas*, v. 61, n. 3, p. 1-11, 2021.

TRESSOLDI, C.; CARDOSO, J. G. A Representatividade LGBTQ no Marketing Mix: Como dar Visibilidade a esse Consumidor?. **International Journal of Business & Marketing**, v. 6, n. 1, p. 58-76, 2021.