

**UNIVERSIDADE DE SOROCABA
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO E ASSUNTOS ESTUDANTIS
RELAÇÕES PÚBLICAS**

Samira de Fatima Santos Ramos

**LIDERANÇA NEGRA: DESAFIOS E OPORTUNIDADES PARA A ATUAÇÃO DAS
MULHERES NO MERCADO DE TRABALHO DE COMUNICAÇÃO E RELAÇÕES
PÚBLICAS**

**Sorocaba/SP
2020**

Samira de Fatima Santos Ramos

**LIDERANÇA NEGRA: DESAFIOS E OPORTUNIDADES PARA A ATUAÇÃO DAS
MULHERES NO MERCADO DE TRABALHO DE COMUNICAÇÃO E RELAÇÕES
PÚBLICAS**

Trabalho de Conclusão do Curso
apresentado como exigência parcial para
obtenção do diploma de Graduação em
Relações Públicas da Universidade de
Sorocaba

Orientadora: Prof^ª. Dra. Ana Cristina da
Costa Piletti Grohs

**Sorocaba/SP
2020**

Samira De Fatima Santos Ramos

**LIDERANÇA NEGRA: DESAFIOS E OPORTUNIDADES PARA A ATUAÇÃO DAS
MULHERES NO MERCADO DE TRABALHO DE COMUNICAÇÃO E RELAÇÕES
PÚBLICAS**

Trabalho de Conclusão do Curso
apresentado como exigência parcial para
obtenção do diploma de Graduação em
Relações Públicas da Universidade de
Sorocaba

Aprovado em: ___/___/___

BANCA EXAMINADORA:

Profª Dra. Ana Cristina da Costa Pilleti Grohs
Universidade de Sorocaba

Prof.(a) Nome Completo do(a) Examinador(a)
Instituição a que ele(a) pertence

Prof.(a) Dr.(a) Nome Completo do(a) Examinador(a)
Instituição a que ele(a) pertence

Prof.(a) Dr.(a) Nome Completo do(a) Examinador(a)
Instituição a que ele(a) pertence

Prof.(a) Dr.(a) Nome Completo do(a) Examinador(a)
Instituição a que ele(a) pertence

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer a todos os profissionais da saúde que estão atuando na linha de frente do combate a Pandemia de Covid-19 do ano de 2020, graças à vocês muitas vidas foram salvas.

Em nome da minha orientadora Ana Cristina da Costa Pilleti Grohs gostaria de agradecer pessoalmente a cada pessoa que contribuiu com o desenvolvimento desse projeto, espero um dia poder retribuir essa ajuda por meio do meu trabalho.

Quero agradecer meus pais Antônio e Solange Ramos, vocês não tiveram a oportunidade de se dedicar aos estudos pois tinham que trabalhar e ajudar aos seus, contudo sempre me apoiaram a lutar pelos meus sonhos. Não sei se um dia poderei retribuir o amor, carinho e cuidado que vocês dedicaram a mim, mas garanto que sempre tentarei.

RESUMO

Diante de uma sociedade machista e preconceituosa, esta monografia tem por finalidade compreender os desafios e oportunidades que norteiam a ascensão de mulheres negras a cargos de liderança nas áreas de Comunicação e Relações Públicas. Para tanto, houve a necessidade de realizar estudos teóricos e uma pesquisa aplicada, a fim de compreender de forma assertiva como ocorre a intersecção entre raça, gênero e o mercado de Comunicação e Relações Públicas.

Dentre os principais resultados obtidos com os estudos teóricos destacam-se: a importância de movimentos emancipatórios e sociais para a conquista de direitos civis da população negra, as contribuições do empoderamento feminino, a compreensão da historicidade e mercado de relações públicas na atualidade.

Já a pesquisa prática reforçou alguns dados aferidos no estudo teórico, a exemplo disso é possível citar o preconceito racial sofrido por mulheres negras em ambientes corporativos. Verificou-se que essa forma de tratamento está relacionada a estruturas organizacionais pautadas em conservadorismo e preconceito racial. Apesar dos resultados negativos a respeito da relação entre o mercado de trabalho e a diversidade, ressaltam-se as contribuições propiciadas pela área de Relações Públicas para a promoção de equidade racial e de gênero na sociedade.

Palavras-Chave: Lideranças. Gênero. Raça. Comunicação. Relações Públicas.

ABSTRACT

Facing a sexist and prejudiced society, this monograph aims to understand the challenges and opportunities that guide the rise of black women to leadership positions in the areas of Communication and Public Relations. Therefore, there was a need to carry out theoretical studies and applied research in order to understand in an assertive way how the intersection between race, gender and the Communication and Public Relations market occurs.

Among the main results obtained from theoretical studies, the following stand out: the importance of emancipatory and social movements for the achievement of civil rights for the black population, the contributions of female empowerment, the understanding of historicity and the public relations market today.

Practical research, on the other hand, reinforced some data obtained in the theoretical study, for example it is possible to mention the racial prejudice suffered by black women in market environments. It was found that this form of treatment is related to organizational structures based on conservatism and racial prejudice. Despite the negative results regarding the relationship between the labor market and diversity, the contributions made by the Public Relations area to the promotion of racial and gender equity in society are highlighted.

Keywords: Leadership. Gender. Race. Communication. Public Relations.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Violência Contra Mulheres entre 2007 e 2017	26
Figura 2 – Violência Contra Mulheres em suas Residências	27
Figura 3 – Peça Publicitária da Devassa.....	31
Figura 4 – Representação da Mulher Negra na Dramaturgia.....	32
Figura 5 – Termo de Autorização	73

LISTA DE QUADROS

Tabela 1 – Objetivos Específicos Teóricos e Práticos.....	12
Tabela 2 – Roteiro da Entrevista.....	60

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	10
2	A MULHER NEGRA E O MERCADO DE TRABALHO: CONTEXTO HISTÓRICO, DIREITOS E EMPODERAMENTO.....	14
2.1	Movimentos Abolicionistas e Sociais	14
2.2	O Feminismo Negro no Mundo e no Brasil.....	19
2.3	Direitos e Políticas Públicas para a mulher Negra.....	23
2.3.1	Educação.....	23
2.3.2	Saúde	26
2.3.3	Mercado de Trabalho.....	28
2.4	Empoderamento E O Mundo Do Trabalho: Desafios E Perspectivas E Perspectivas Para A Mulher Negra	34
3	RELAÇÕES PÚBLICAS LIDERANÇAS, DIVERSIDADE E O MERCADO DE TRABALHO	37
3.1	Diversidade Nas Organizações.....	37
3.2	Princípios da Excelência em Relações Públicas: Diversidade e Liderança 41	
4	RAÇA GÊNERO E O MERCADO DE COMUNICAÇÃO E RELAÇÕES PÚBLICAS	44
4.1	A Historicidade das Relações Públicas	44
4.2	O mercado de Comunicação e Relações Públicas	47
4.3	Raça, Gênero e as Relações Públicas: Histórias que se Cruzam.....	48
5	PESQUISA APLICADA	50
5.1	Problema	50
5.2	Hipóteses.....	51
5.3	Justificativa	52
5.4	Objetivos	54
5.5	Procedimentos Metodológicos.....	55
5.5.1	Tipologia da Pesquisa.....	55
5.5.2	Metodologia da Pesquisa.....	55
5.5.3	Técnica da Pesquisa.....	56
5.5.4	Amostra da Pesquisa.....	57
5.6	Coleta De Dados	60
6	ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS	61
6.1	Perfil.....	61
6.2	Experiências Profissionais	62
6.3	Diversidade no Mercado de Comunicação e Relações Públicas.....	64

7 CONCLUSÃO.....	68
REFERÊNCIAS.....	ERRO! INDICADOR NÃO DEFINIDO.
8 REFERÊNCIAS	72

1 INTRODUÇÃO

Valentim (2020) apresenta as ponderações do historiador e filósofo Achille Mbembe, que em sua obra chamada *Crítica da Razão Negra*, o conceito de escravo e de indivíduo negro se assemelham até terem o mesmo significado. Por outro lado, as iniciativas do Movimento Negro Unificado, um dos movimentos sociais de maior destaque no Brasil, promoveram uma ressignificação do termo negro, de acordo com Valentim (2020). Portanto, é possível afirmar que não existe um consenso no que diz respeito a utilização dos termos “Negro” e “Preto”. Isto posto, este projeto utilizará o termo Negro para referir-se a pessoas negras.

A relação entre o indivíduo negro e o mercado de trabalho promove algumas reflexões. Um levantamento realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2018) evidenciou que a população brasileira é constituída em maioria por mulheres (51,7%). Do total das mulheres brasileiras, 49,7% são negras, de acordo com dados da Central Única Dos Trabalhadores (CUT, 2010), entretanto, as mulheres não correspondem a maioria no mercado de trabalho.

Segundo Estarque e Camazano (2019), a taxa de desemprego entre mulheres negras corresponde a 16% maior do que a de mulheres brancas, que corresponde a 11%. O rendimento médio de uma mulher negra é de R\$ 1.476,00, enquanto o de uma mulher branca é de R\$ 2.529,00. Além disso, por meio de um estudo realizado com aproximadamente 500 empresas, Trevizan e Bridi (2019) constataram que apenas 6% dos cargos de gerência destas empresas são ocupados por pessoas negras, sendo que os cargos de executivos são ainda menores, apenas 4,7%. A face desse cenário, mesmo na atualidade, ainda são visíveis as desigualdades entre raça e gênero no mercado de trabalho.

A questão da desigualdade econômica e de gênero não é uma problemática exclusivamente brasileira. Um dos objetivos globais da Organização das Nações Unidas (ONU) para 2030 consiste em “alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas” (ONU, 2020). Outras iniciativas da ONU que podem ser citadas para a melhoria em condições de trabalho e combate às desigualdades econômicas são os 8^a e 10^a Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, que propõem respectivamente “Trabalho Decente e Crescimento Econômico” (ONU, 2020) e “Redução das Desigualdades” (ONU, 2020). Assim, este trabalho focaliza a realidade nacional considerando as diretrizes e princípios que, muitas vezes, norteiam a

formulação de políticas nacionais e o contexto histórico da luta feminina negra pelo mundo.

Busca-se estudar, em especial, a situação da mulher negra no mercado de trabalho de Comunicação e Relações Públicas, com o objetivo de identificar os desafios e oportunidades daquelas que, em sua trajetória, conseguiram ocupar um papel de liderança.

Entre os motivos da escolha do tema, destacam-se aspectos pessoais e acadêmicos. Como mulher negra e estudante de Relações Públicas, a autora deste estudo tem familiaridade com o assunto, pois vivencia tais desafios e possibilidades na vida universitária, no mercado de trabalho e na perspectiva de alcançar uma posição de destaque no mercado de Comunicação e Relações Públicas. Além disso, destaca-se a propensão em desenvolver um estudo que desperte em outras mulheres negras não só o interesse pela área de comunicação, mas também a busca pelo protagonismo em suas áreas de atuação. Ressalta-se a intenção de compreender como a área de Comunicação e Relações Públicas pode contribuir para a promoção de equidade racial e de gênero nas organizações.

Quanto aos motivos acadêmicos, após varredura inicial realizada no Google Acadêmico, utilizando como termos chaves “mulher negra”, “comunicação”, “relações públicas” e “lideranças” constatou-se três estudos que correspondem ao tema abordado neste projeto.

O primeiro deles, um artigo científico produzido por Abrahão *et. al.* (2018), contribui com o tema ao abordar lideranças femininas no Brasil, ao trazer recortes históricos que apresentam os mais diversos ambientes dos quais a mulher se inseriu, além de pautar a sua metodologia em uma pesquisa quantitativa aplicada com líderes femininas.

Já o segundo, trata-se de um Trabalho de Conclusão de Curso desenvolvido por Gomes (2018), que discorre sobre as relações de trabalho, identidade de gênero, comunicação organizacional e a influência de lideranças que promovem reflexões sobre questões sociais nas organizações.

O terceiro, um artigo científico produzido por Santana *et. al.* (2017), discorre sobre o mercado de trabalho feminino e contextos históricos que envolvem mulheres pretas e o mercado de trabalho.

Contudo, constatou-se que a temática foi pouco explorada nos últimos anos no campo acadêmico de Relações Públicas no Brasil e que nenhum dos estudos

mapeados relaciona a questão da liderança feminina negra no mercado de Comunicação e Relações Públicas, comprovando a importância e utilidade deste estudo para o campo acadêmico.

Uma vez que o estudo pretende identificar as possibilidades e desafios das mulheres negras que atuam em papel de liderança no mercado de Comunicação e Relações Públicas, buscar-se-á identificar, contatar e entrevistar algumas destas líderes. Assim, além de um estudo bibliográfico, este projeto contará com uma pesquisa de campo. Os objetivos teóricos, que buscarão ser atingidos por meio da pesquisa bibliográfica e os objetivos práticos que vão nortear a pesquisa de campo podem ser visualizados na Tabela 1.

Tabela 1 – Objetivos Específicos Teóricos e Práticos

Objetivos Específicos Teóricos	Objetivos Específicos Práticos
Entender o contexto histórico do feminismo negro no mundo e no Brasil, os direitos e políticas públicas voltadas à mulher negra e os desafios para a inserção da mulher negra no mercado de trabalho.	Conhecer o perfil de atuação da entrevistada (formação acadêmica, experiências profissionais, estado civil, competências e atividades desempenhadas).
Compreender a relação entre liderança, gênero e a área de Relações Públicas.	Compreender os desafios e oportunidades que as áreas de Comunicação e Relações Públicas podem oferecer a mulheres negras.
Analisar o papel da mulher negra no mercado de Comunicação e Relações Públicas.	Identificar políticas de diversidade na organização que a participante atua e as contribuições que a área de Comunicação e Relações Públicas pode ofertar para a promoção de equidade racial e de gênero na sociedade.

Fonte: Elaborado pela autora.

Diante disso, o primeiro capítulo traz recortes históricos a respeito do regime escravocrata brasileiro, movimentos abolicionistas e sociais, políticas públicas destinadas à população negra, além de promover reflexões acerca do empoderamento feminino.

O segundo capítulo por sua vez, discorre sobre a inserção da diversidade na comunicação organizacional, além de apresentar a Teoria da Excelência de James Grunig para comprovar a importância da diversidade às organizações.

Dando continuidade, o terceiro capítulo apresenta marcos históricos, dados mercadológicos e a relação da área de Relações Públicas com a mulher negra.

Aproximando-se do final, o quarto capítulo relaciona os procedimentos metodológicos que embasaram a pesquisa prática. Em seu desdobramento será possível compreender quais são respectivamente a tipologia, métodos, técnicas, amostra e coleta de dados da pesquisa prática.

E finalizando, o quinto capítulo ilustra os resultados coletados durante a pesquisa prática. Dentre os principais resultados, destaca-se a discriminação racial que mulheres negras sofrem em ambientes organizacionais.

2 A MULHER NEGRA E O MERCADO DE TRABALHO: CONTEXTO HISTÓRICO, DIREITOS E EMPODERAMENTO

Este capítulo tem como objetivo compreender os contextos históricos que resultaram na ascensão do feminismo negro no mundo e no Brasil, os direitos e políticas públicas voltadas à população negra, além dos desafios da inserção e empoderamento de mulheres negras no mercado de trabalho. Para tanto, fora realizada uma pesquisa bibliográfica no Google Acadêmico e literaturas tendo como principais autores de referência Hooks (2018), Lopes (2008) e Colins (2017).

2.1 Movimentos Abolicionistas e Sociais

Entre os séculos XVI e XIX, por meio do tráfico negreiro, o Brasil recebeu milhões de africanos escravizados, que eram retirados de suas nacionalidades e trazidos ao País para trabalhar em regime servil nas lavouras de café e cana de açúcar. Após dois séculos de opressão, violência e marginalização da população negra, os movimentos abolicionistas tiveram seu início.

Como esclarece Lopes (2008), o abolicionismo foi um movimento político que teve origem no final do século XVIII, sendo seu objetivo principal extinguir o regime escravista das Américas. A abolição da escravatura no Brasil foi resultado da mobilização e reação das vítimas quando estas passaram a promover ações pacíficas e violentas, fugas, revoltas e estabelecer quilombos¹ em diversas regiões do País.

Para Lopes, o abolicionismo "é muitas vezes visto como fruto da atuação de políticas e intelectuais. Entretanto, sem a base e a mobilização popular, ele não teria eficácia" (LOPES, 2008, p. 111). Diante disso, compreende-se que ao invés do conhecimento de domínio público que relaciona a emancipação dos escravos a assinatura da Lei Aurea, foram os movimentos populares as iniciativas fundamentais para tal emancipação.

Extinta a escravidão no Brasil, não houve nenhuma oportunidade de inclusão a população negra na sociedade. Como sustenta Lopes (2008), a abolição atrelada a

¹ Um quilombo pode ser compreendido como um reduto onde escravos evadidos se reuniam. A princípio os quilombos eram formados para a defesa dos escravos, entretanto, em 1630 o Quilombo dos Palmares, já possuía mais de 3 mil habitantes, com agricultura avançada, criação de animais, além fabricação de utensílios e armas. Outra característica de destaque dos quilombos é seu caráter acolhedor, tendo em vista que os quilombos também acolhiam grupos oprimidos.

Proclamação da República², resultou na hierarquização da sociedade, submetendo a população preta os mais baixos patamares de ambientes socioeconômicos. Na tentativa de reverter os impactos resultantes das escassas ações em prol da inclusão socioeconômica da população negra, foram instituídos movimentos sociais.

Em 1931 foi fundada na cidade de São Paulo a Frente Negra Brasileira (FNB), uma das mais importantes entidades negras do País. Esta era extremamente estruturada e, de acordo com Domingues (2007), promoveu a transformação do movimento negro em um movimento de massa. Um coletivo de mulheres negras destacou-se na FNB ao promover trabalhos assistenciais e festivais artísticos que tinham por objetivo propagar e valorizar a cultura africana, e afro-brasileiras.

Durante a vigência do Estado Novo³, todos os movimentos sociais sofreram baixas, devido a repressão comunista, característica deste regime político. Somente com a queda da ditadura imposta por Getúlio Vargas que tais movimentos ressurgiram, como explica Domingues (2007). Durante essa época um dos movimentos de maior destaque foi a União dos Homens de Cor (UHC), fundada por João Cabral Alves, no ano de 1943. Este movimento tinha como objetivo proporcionar a população que vivia no Brasil maiores condições econômicas e acesso à informação, a fim de inseri-las em todos os espaços da sociedade brasileira. A luz do UHC, outro movimento de destaque daquela época foi o Teatro Experimental do Negro (TEN), fundado em 1944. Sua diretriz visava reunir um grupo de teatro composto essencialmente por pessoas negras, e posteriormente ampliou seus objetivos tornando-se reconhecido por promover organização coletiva da população.

Em 18 de junho de 1978, milhares de representantes ocuparam as escadarias do Teatro Municipal de São Paulo em manifestação contra as frequentes discriminações que afligem a população negra, dando início ao Movimento Negro Unificado (MNU), um dos mais importantes movimentos negros do Brasil. De acordo com o Instituto Gueledés (2010), além de ativistas, artistas e atletas, o MNU teve apoio de entidades do movimento negro, tais como: "Centro de Cultura e Arte Negra – CECAN, Grupo Afro-Latino América, Associação Cultural Brasil Jovem, Instituto Brasileiro de Estudos Africanistas – IBEA e Câmara de Comércio Afro- Brasileiro”

² Golpe de estado político-militar que ocorreu no ano de 1889 e resultou na queda do regime monárquico e acessão do regime republicano presidencialista.

³ Regime político oriundo de um golpe de estado que vigorou entre os anos de 1937 e 1946. Reconhecido pela centralização do poder, o anticomunismo e sobretudo seu autoritarismo.

(GUELEDÉS, 2010). Os prisioneiros da Casa de Detenção Carandiru⁴, por meio de um documento, também apoiaram o MNU e denunciaram as condições atroz, violência e racismo do sistema prisional do Carandiru.

Como mencionado anteriormente, a fundação do MNU resultou em uma ressignificação das estratégias de combate ao preconceito racial do país. O MNU tornou-se reconhecido devido as suas ações de enfrentamento ao racismo, recursos gráficos (panfletos e jornais impressos) e, sobretudo, a mobilização social de trabalhadores e estudantes universitários.

Um dos princípios do MNU foi estabelecer uma aliança entre setores de esquerda do país, que lutavam em prol do socialismo e comunismo, e como afirma o Instituto Gueledés:

o capitalismo que nos colocou nesta condição, nos sequestrando em África, nos vendendo para acumular mais valia, nos escravizando para construir riqueza para os colonizadores, nos explorando, após a escravidão, como trabalhadores menos qualificados e de menor remuneração (GUELEDÉS, 2010).

Diante desse cenário, verifica-se que uma das principais características do sistema capitalista é seu caráter incongruente no que tange a distribuição de renda, ou seja, a população que possui maiores condições econômicas acumulam suas riquezas, enquanto a população com menores condições econômicas fica cada vez mais necessitada. Além disso, a população com menos recursos ainda tem sua força de trabalho explorada por grandes empresários.

No início da década de 1980, o MNU denunciou os atos de racismo e violência do delegado Wilson Richetti, que aprisionava de forma humilhante homossexuais, prostitutas e negros. Durante o Congresso da Sociedade Brasileira Para o Progresso, o MNU escancarou o racismo na educação e nos veículos de comunicação. Durante o Congresso da Anistia, a iniciativa do MNU promoveu uma discussão que responsabilizava o aumento da comunidade carcerária à promoção de políticas socioeconômicas do País, denunciou ainda, as torturas nas prisões dando início a criação de políticas ante tortura e favoráveis aos direitos humanos.

⁴ O Carandiru foi uma casa de detenção inaugurada em abril de 1920. Durante sua trajetória histórica passou a possuir 9 pavilhões com capacidade para aproximadamente 4000 presos provisórios. A penitenciária foi local de um dos maiores massacres da história do Brasil. Em 2 de outubro de 1992 a Polícia Militar de São Paulo invadiu a casa de detenção, devido a denúncia de uma suposta rebelião e mataram milhares de detentos. As decisões judiciais que envolvem o caso do massacre desenrolaram-se até a atualidade e não transparecem ter um desfecho justo, especialmente as famílias das vítimas.

Além das denúncias, em 1986, durante a Conferência Nacional do Negro, realizada pelo MNU, surgiu a proposta da criminalização do racismo. Dois anos depois, no VIII Encontro de Negros do Norte – Nordeste, promovido pelo MNU, foram debatidas questões que deram início a Lei nº 10.639, que discorre sobre o ensino da historicidade africana e afro brasileira nas escolas. Durante a Assembleia Nacional do MNU realizada em Salvador, o dia 20 de novembro (data de falecimento do Zumbi dos Palmares⁵) foi escolhido para representar o dia da Consciência Negra no Brasil.

Como elucida Caetano (2019), atualmente integrantes do MNU promovem reflexões e debates sobre diversos assuntos que norteiam questões raciais, e refutam ações do atual governo que podem corroborar com a subtração dos direitos da população, a Reforma da Previdência⁶ é um exemplo.

As iniciativas do MNU representam uma inspiração a muitos ativistas do movimento negro, e com as transformações da sociedade surgiram outros movimentos de destaque para a atualidade, a exemplo disso destacam-se a Coalização Negra⁷ e a Marcha das Mulheres Negras⁸. De modo geral, a fundação do MNU constituiu uma forte resposta de combate ao preconceito racial e luta por direitos da população negra.

As mulheres configuraram peça fundamental na luta por direitos civis da população negra, todavia, passaram a observar que o debate e luta, no que tange a questão gênero, estavam subordinados a questão racial. Essa subordinação desenvolveu uma consciência política responsável pela constituição de um movimento social capaz de debater pautas raciais e de gênero de maneira conjunta, diferentemente do que ocorria no movimento negro, que subjugava questões de gênero em detrimento a questões raciais. Essa nova consciência política propiciou a fundação do Movimento de Mulheres Negras (MMN).

De acordo com Rodrigues e Prado (2010), frente a invisibilidade da discussão sobre raça nos movimentos de mulheres e da subtração da questão gênero no movimento negro, as mulheres passaram a enegrecer as pautas do movimento de

⁵ Zumbi nasceu em Pernambuco no ano de 1655, o último líder do Quilombo dos Palmares, o maior dos quilombos do período colonial. Zumbi foi pioneiro na luta ante escravocrata do Brasil.

⁶ Responsável por novas regras para a aposentadoria nos setores privados e públicos. Dentre as mudanças é possível citar aumento da idade mínima para aposentadoria, aumento do tempo mínimo de contribuição entre outras.

⁷ Coletivo cuja pautas que possui como pauta fundamental a luta pela garantia dos direitos da população negra.

⁸ Manifestação que ocorrem desde 2015 onde mulheres negras se reúnem para reivindicar seus direitos e convergir contra o genocídio da população negra que ocorre no País.

mulheres e debater questões de gênero no movimento negro. O resultado de tais ações foi uma militância híbrida, pois pautas raciais e de gênero eram fundamentais para o MMN.

Dentre os fatores históricos que propiciaram a constituição do Movimento de Mulheres Negras, Rodrigues e Prado (2010) sugerem os encontros promovidos pelo Centro de Estudos Afro-Asiáticos (CEAA) organizados pela militante Beatriz Nascimento⁹, em 1973. Estes encontros resultaram na fundação do Instituto de Pesquisas das Culturas Negras (IPCN), a Sociedade de Intercâmbio Brasil-África (SINBA) e outras organizações lideradas por mulheres pretas. Rodrigues e Prado (2010) afirmam que as iniciativas do MMN foram de suma importância para a estruturação de diversos movimentos sociais, dentre estes é possível citar o Movimento de Favelas do Rio de Janeiro, Movimento de Trabalhadoras Domésticas e o Movimento Estudantil.

O processo de consolidação e legitimidade do MMN ocorreu no Encontro Feminista realizado no ano de 1985 na cidade de Bertioga. Durante o evento ocorreram embates entre feministas brancas e negras devido a inserção de temáticas raciais no cenário de políticas públicas nacionais. Como esclarece Rodrigues e Prado (2010), este encontro culminou com o I Encontro Nacional de Mulheres Negras em Valença no ano de 1988. Tal encontro foi duramente criticado, tanto pelo movimento negro, quanto pelo movimento de mulheres, acusavam o MMN de criar uma divisão entre ambos os movimentos.

O fortalecimento e estruturação do MMN proporcionou a articulação de grupos, ongs e organizações, dentre estas é possível citar o Instituto Gueledés, A Casa de Cultura da Mulher Negra, localizados na cidade de São Paulo, o Criola no Rio de Janeiro e o Maria Mulher no Rio Grande do Sul.

As situações que ocorreram no Encontro Feminista, no ano de 1985 configuraram um marco histórico para o MMN, como sustenta Rodrigues e Prado (2010) "elas passam a se definir como um nós, com uma identidade coletiva própria, forjada pelo modo específico com que racismo e sexismo operam em suas vidas"

⁹ Maria Beatriz Nascimento nasceu em 12 de julho de 1995, no Rio de Janeiro. Ativista e pesquisadora do movimento negro, suas contribuições para área acadêmica são de suma importância para o movimento negro. Após incentivar uma amiga a se separar do marido devido as frequentes violências domésticas, Antônio Jorge vingou-se de Beatriz e em 28 de janeiro de 1995 assassinou Beatriz Nascimento.

(RODRIGUES; PRADO, 2010, p. 451). Diante disso, compreende-se que o Encontro Feminista foi fundamental para a expansão do feminismo negro.

2.2 O Feminismo Negro no Mundo e no Brasil

Cisni (2015) promove uma reflexão sobre a relação entre o movimento feminista e o movimento de mulheres ao afirmar: "todo movimento feminista é um movimento de mulheres, [...]. Todavia, nem todo movimento de mulheres, necessariamente, possui uma configuração feminista" (CISNI, 2015, p. 104). Esta afirmação pode ser compreendida pelas divergências entre o movimento feminista e o movimento de mulheres.

De acordo com Cisni (2015) "Definiu-se como movimento de mulheres aqueles que lutavam por demandas sociais para melhoria das condições de vida e de trabalho femininas" (CISNI, 2015, p. 103), todavia, o movimento feminista é compreendido como "àqueles que lutavam contra a opressão e pela liberdade das mulheres, pautando questões como sexualidade, aborto, violência, autonomia, direitos civis e políticos". (CISNI, 2015, p. 103). Logo, enquanto o Movimento de Mulheres focalizava sua pauta em questões mais socioeconômicas e objetivas, o Movimento Feminista, tinha uma pauta mais político-cultural e subjetiva.

Outro aspecto relevante refere-se à distinção entre a luta das mulheres negras e a luta das brancas. De um lado, como mulheres, compartilham de reivindicações semelhantes, contudo, estas tiveram experiências completamente distintas, portanto, suas respectivas trajetórias também seguem caminhos distintos.

Como elucida Collins (2017), a influência de Angela Davis¹⁰, Alice Walker¹¹ e outras personalidades negras contribuíram com um rompimento do silêncio na década de 1970, promovendo às mulheres afro-americanas uma voz perante a sociedade. O

¹⁰ Angela Yvonne Davis nasceu em 26 de janeiro de 1944 em Birmingham, Alabama. Filósofa socialista e integrante do Partido Comunista Pantera Negra conquistou notoriedade por sua luta contra a discriminação racial e de gênero, além de protagonizar um dos mais famosos julgamentos criminais da contemporaneidade após ser acusado de conspiração, sequestro e homicídio. Angela foi inocentada de todas as acusações e atualmente luta a favor da abolição da pena de morte na Califórnia.

¹¹ Alice Malsenior Tallulah-kate Walker nasceu em 9 de fevereiro de 1944 na Geórgia, Estados Unidos da América. Escritora, poetisa e ativista feminista negra. Tornou-se mundialmente reconhecida após escrever o Romance A Cor Púrpura, ganhador do *National Book Award* e o Prêmio *Pulitzer* de Ficção no ano de 1983.

resultado da promoção de reflexões e lutas sobre questões como raça e gênero foi a ampliação da visibilidade dessas pautas.

Atualmente existem debates sobre a denominação da luta feminina afro-americana. Termos como Mulherismo e Feminismo refletem as distintas experiências vividas por mulheres negras.

Como esclarece Walker (1993 apud COLLINS 2017), o Mulherismo está diretamente relacionado à opressão racial e de gênero voltada a mulheres negras desde a escravidão, sendo que o resultado disso é uma perspectiva de mundo compreendida exclusivamente por mulheres negras. Essa compreensão do Mulherismo parte da premissa de que não há equidade entre grupos brancos e negros, pois como afirma Collins (2017), pessoas brancas são favoráveis em perpetuar o sistema de supremacia branca nas instituições. Outra característica comum ao Mulherismo é a promoção de relações mais fortes entre homens e mulheres afro-americanos. Como afirma Walker (1993 apud COLLINS 2017), algumas mulheres veem no Feminismo um movimento exclusivamente feminino e de ataque e ódio à homens, contrariamente, o Mulherismo promove mecanismos que possibilitam a mulheres negras lutar por seus direitos sem oprimir seus pares masculinos.

O termo Feminismo Negro Global, possui uma agenda com várias pautas importantes. Em primeiro, estão as causas econômicas como: equidade em oportunidades de emprego e salários, acesso à educação de qualidade, desenvolvimento de indústrias entre outras. Em segundo estão causas políticas como: acesso ao voto, à cargos públicos e violação dos direitos humanos. Em terceiro estão questões sociopolíticas como: problemas domésticos, políticas de custódia dos filhos, questões de saúde tais como direitos reprodutivos, sexuais, entre outros. Segundo Collins (2017), essa agenda global expressa distinções pautadas em particularidades de cada região, cultura e grupo social.

A estadunidense retrata o feminismo como um movimento social exclusivamente branco, sendo esta reprodução acolhida e perpetuada não só por mulheres brancas, mas também negras. Para enfrentar essa situação Collins (2017) sugere que:

Usar o termo “feminismo negro” desestabiliza o racismo inerente ao apresentar o feminismo como uma ideologia e um movimento político somente para brancos. Inserindo o adjetivo “negro” desafia a brancura presumida do feminismo e interrompe o falso universal desse termo para mulheres brancas e negras. Uma vez que muitas mulheres brancas pensam que as mulheres negras não têm consciência feminista, o termo “feminista

negra” destaca as contradições subjacentes à brancura presumida do feminismo e serve para lembrar às mulheres brancas que elas não são nem as únicas nem a norma “feministas” (COLLINS, 2017, p. 13-14).

Tendo essa perspectiva em vista, verifica-se que o Feminismo não é a norma para ativismos políticos relacionados a gênero. Entre as principais distinções do Feminismo Negro destaca-se o debate de pautas raciais, étnicas, socioeconômicas e religiosas, portanto, ainda que os termos sejam correlatos, no que tange a luta por direitos das mulheres, o Feminismo não é capaz de compreender todas as experiências femininas.

Contudo, mesmo que o Mulherismo possua uma relação com a filosofia histórica e com um conjunto de instituições organizadas que promove a solidariedade racial visando a sobrevivência negra, essa perspectiva causa distanciamento entre o Mulherismo e assuntos femininos globais. Já o Feminismo Negro, mesmo contribuindo com reflexões, luta e conquista de direitos femininos da população afro-americana, por conta de sua proximidade com o Movimento Feminista, afro-americanas conscientemente rejeitam o Feminismo Negro. Na tentativa de promover uma união entre ambos os movimentos, bem como os adeptos destes, Collins profere: “Talvez seja o momento de ir além de nomenclatura, aplicando as ideias principais advindas de mulheristas e feministas negras” (COLLINS, 2017, p. 18).

As reivindicações realizadas no início do feminismo negro no Brasil eram realizadas por intelectuais da elite econômica. Alguns nomes como Léia Gonzales¹² e Sueli Carneiro¹³ contribuíram para o fortalecimento e expansão do movimento em território nacional.

Um marco no avanço do feminismo negro ocorreu na década de 1980 quando grupos liderados por mulheres negras conquistaram maior visibilidade no cenário político do País. Dentre estes grupos é possível citar o Nizinga, fundado em 1983, que como esclarece Moreira (2007), era coletivo que tinha por objetivo promover discussões sobre raça e gênero. Segundo Moreira (2007), registros apontam outros grupos que contribuíram com reflexões, debates e luta pelos direitos sócio-políticos

¹² Léia Gonzales nasceu em 1 de fevereiro de 1935 em Belo Horizonte. Foi uma das fundadoras do Movimento Negro Unificado (MNU), além de ofertar diversas contribuições para a área acadêmica. Sua militância em prol dos direitos femininos inseriu-a no Conselho Nacional dos Direitos da Mulher (CNDM), foi candidata a deputada federal pelo Partido dos Trabalhadores. Léia morreu em 10 de julho de 1994, vítima de um infarte.

¹³ Aparecida Sueli Carneiro nasceu em 24 de junho de 1950 na cidade de São Paulo. Filósofa e ativista do movimento social negro, fundou o Gueledés - Instituto da Mulher Negra, recebeu diversos prêmios nacionais e internacionais por suas contribuições ao feminismo negro.

das mulheres negras como: Coletivo de Mulheres Negras de São Paulo, o grupo de Mulheres Negras do Movimento Negro Unificado (MNU); a Comissão de Mulheres Negras do Conselho Estadual da Comissão Feminina de São Paulo e o Programa da Mulher Negra do Conselho Nacional dos Direitos da Mulher.

Todavia, com mais mobilização e discussões sobre temáticas como: raça, gênero e políticas públicas, promovidas por organizações e coletivos engajados, houve a necessidade de promover um evento capaz de propor reflexões e até mesmo soluções para os questionamentos levantados, e no ano de 1988 surgiu o I Encontro de Mulheres Negras, realizado em Valença, Rio de Janeiro. A respeito dos objetivos do I Encontro de Mulheres, de acordo com Moreira (2007)

denunciar as desigualdades sexuais, sociais e raciais existentes, indicando as diversas visões que as mulheres negras brasileiras têm em relação ao seu futuro; fazer emergir as diversas formas locais de luta e autodeterminação face às formas de discriminação existentes; elaborar um documento para uma política alternativa de desenvolvimento; encaminhar uma perspectiva unitária de luta dentro da diversidade social, cultural e política as mulheres presentes no Encontro; realizar diagnóstico da mulher negra; discutir as formas de organização das mulheres negras; elaborar propostas políticas que façam avançar a organização das mulheres negras, colocando para o mundo a existência do Movimento de Mulheres Negras no Brasil de forma unitária e de diferente vertentes políticas (MOREIRA, 2007, p. 66-67).

Ainda que as conquistas obtidas por meio dos movimentos feministas beneficiem todas as mulheres, sem distinção, se faz necessário ressaltar a incoerência do movimento feminista sobre a inserção de mulheres no mercado de trabalho. Como sugere Fernandes (2016), enquanto o feminismo reivindicava oportunidades de trabalho e a ocupação destes espaços por mulheres brancas, mulheres negras passaram por séculos de regime servil, onde eram tratadas como objetos por seus senhores.

Mesmo considerando o enorme abismo entre ambos os movimentos Hooks (2015) afirma "A sororidade não seria poderosa enquanto mulheres estivessem em guerra, competindo umas com as outras" (HOOKS, 2015, p.11). Tais reflexões sugerem quem embates entre o Feminismo e o Feminismo negro, não contribuem para o avanço destes e que a união feminina pode configurar-se uma potente estratégia de combate ao machismo.

As iniciativas do feminismo negro foram e ainda são fundamentais para o combate ao preconceito racial, violência e desigualdade econômica, todavia, a efetivação dos direitos das mulheres negras só foi possível por meio de ações de organizações e políticas públicas voltadas a estas.

2.3 Direitos e Políticas Públicas para a mulher Negra

A criação de políticas públicas voltadas a população negra no Brasil, como sugere Lima (2010), foi resultado da mobilização e lutas do Movimento Negro Unificado.

Segundo Neris (2018), a introdução da Constituição Federal de 1988, responsável por efetivar os direitos democráticos da população brasileira, também foi fruto de pressões do Movimento Negro, respaldado por políticos que exerciam seu mandato na época. Após a introdução da Constituição, algumas leis de suma importância para a população afro brasileira foram instituídas, como por exemplo o art. 68 Ato de Disposições Constitucionais Transitórias que proporcionou à comunidades quilombolas o direito a posse de terras, e a Lei nº 7.716 responsável por criminalizar práticas de preconceito racial, étnico e religioso.

Em 1995 foi constituído o Grupo de Trabalho Interministerial para a Valorização da População Negra (GTI), tinha por finalidade desenvolver e promover políticas públicas para a valorização da população preta. O GTI era composto por ativistas do movimento negro, representantes do Ministério e Secretarias da República, além da sociedade civil. Contudo, o GTI foi revogado pelo decreto nº 10.087/2019 assinado pelo então presidente, Jair Bolsonaro.

Outro marco para a expansão das políticas públicas raciais, de acordo com Lima (2010), foi o lançamento do Programa Nacional de Direitos Humanos (PNDH) em maio de 1996. Por meio deste, a gestão pública se comprometeu à desenvolver estratégias de combate às desigualdades raciais, tais como: criação de conselhos, inserção da pauta "cor" em todos os sistemas de informação e registro da população negra em bancos de dados públicos, incentivo a diversidade étnica em propagandas institucionais do Governo Federal, incentivo a diversidade étnica em áreas públicas, além da criação de políticas compensatórias sociais e econômicas.

2.3.1 Educação

As melhorias na área da educação sempre estiveram entre as pautas do movimento negro, devido a sua relevância no combate às desigualdades raciais, econômicas e sociais no País. Dentre as principais políticas públicas com foco na educação é possível citar a Lei nº 10.639/2003, assinada pelo então presidente Luís

Inácio Lula da Silva, que prevê a obrigatoriedade de inserir a temática História e Cultura Afro-Brasileira na rede de ensino pública e privada, e a criação da Secretaria de Educação Continuada, Alfabetização e Diversidade (SECADI), responsável por assegurar ensino igualitário e de qualidade além da promoção de inclusão social com respaldo em políticas públicas educacionais, que foi extinta por meio do decreto nº 9.465/2019 assinado pelo então presidente, Jair Messias Bolsonaro.

Mesmo com o estabelecimento de leis e programas de acesso à educação o País ainda sofre uma enorme defasagem em seu sistema de ensino, como apresenta Oliveira (2019), a Pesquisa Anual por Amostra de Domicílios Contínua (Pnad-Contínua), de 2018, comprovou que o acesso à educação ainda não abrange em totalidade a população brasileira.

O ensino fundamental é um exemplo. Em 2018, 11,3 milhões de jovens não foram alfabetizados. Os dados surpreendem ainda mais quando existe a comparação racial. Enquanto 3,9% dos jovens brancos de 15 anos não são alfabetizados, o percentual de jovens negros é de 9,1%.

Além da defasagem no acesso à educação, dados apontam um atraso no que diz respeito a idade e série dos estudantes. O percentual de alunos do ensino médio defasados seja em idade, seja em série, é de 30,7%.

O percentual de jovens brancos que concluíram o ensino médio em 2018 é de 55,5% enquanto o de jovens negros corresponde a 40,3%.

No ensino superior, de acordo com Moreira et al (2017), instituições privadas ofertam insuficientes bolsas de estudos concedidas por exames vestibulares. Esta atitude privilegia estudantes com formação qualificada, procedentes principalmente de colégios privados. Como resultado, estudantes com maiores condições econômicas ocupam a maioria das vagas em instituições privadas e públicas.

Na tentativa de promover maiores condições de acesso ao ensino superior à população com menores condições econômicas, foram desenvolvidas políticas compensatórias educacionais e, dentre estas, merecem destaque: O Programa Universidade Para Todos (PROUNI) instituído pela Lei nº 11.096/2005, assinado por Fernando Haddad, que prevê a concessão de bolsas de estudos parciais e integrais à estudantes de baixa renda. Para tanto, o estudante precisa atender alguns requisitos como ter uma renda familiar inferior a três salários-mínimos, realizar o Exame Nacional

de Ensino Médio (ENEM)¹⁴ e atingir uma pontuação de no mínimo 450, o Sistema de Seleção Unificada (SISU), uma plataforma digital onde estudantes que realizaram o ENEM podem se inscrever e concorrer a vagas em universidades estaduais e ou federais. O processo de seleção é feito por meio de um ranking onde estudantes que atingiram as maiores pontuações no ENEM conquistam vagas nas instituições e cursos que se inscreveram, o Fundo de Financiamento Estudantil (FIES) designado pela Lei nº 10.260/2001, uma iniciativa do Ministério da Educação que tem por objetivo financiar a juros zero, cursos de graduação em universidades privadas à estudantes de baixa renda que atingiram significativa pontuação no ENEM.

Todos os programas citados acima empregam ações afirmativas por meio de políticas de cotas. Desta forma, estudantes que possuem deficiência, sejam indígenas e ou se declarem negros concorrem a vagas específicas a sua autodeclaração.

Segundo a Agência Brasil (2018), um levantamento do INEP (Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira) comprovou que houve um aumento de 30% no número de matrículas no ensino superior de pessoas que se auto declaram pretos ou pardos, comprovando a importância das ações afirmativas especialmente para a população negra.

A relação entre temáticas como gênero e o ensino superior promove diversas reflexões. Segundo Idoeta (2019), enquanto o percentual de homens que têm idade entre 25 e 34 e concluíram o ensino superior é de 18%, o percentual de mulheres corresponde a 25%. Mesmo atingindo um percentual significativo no corpo docente, de acordo com Idoeta (2019), mulheres ainda representam uma minoria no corpo docente. Dez anos após o levantamento feito em 2006 a representatividade feminina no corpo docente teve um aumento de 1% passando de 44,5 para 45,5%.

Contudo, há de se concordar que não só os programas PROUNI, SISU e FIES, mas também as políticas de cota se configuram como efetivos para a promoção de educação, especialmente a população de baixa renda. Além disso, reforça-se a importância em promover mais diversidade nestes espaços e igualdade em oportunidades no mercado de trabalho.

¹⁴ Exame realizado pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais (INEP), desenvolvido para aferir a qualidade do ensino médio no País. A pontuação do exame pode ser utilizada para concorrer a vagas no ensino superior.

2.3.2 Saúde

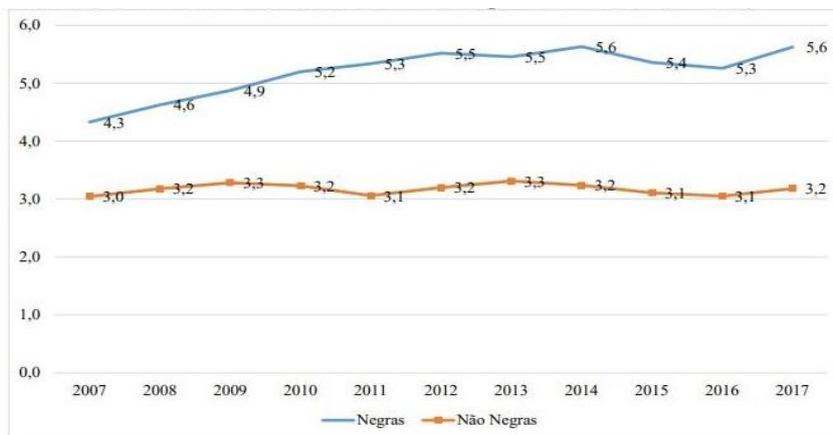
A consolidação de políticas públicas voltadas à população negra na área da saúde, como ilustra Lima (2010), ocorre a partir de 1980, devido as pressões impostas pelo feminismo negro.

Como sugere Lima (2010), as demandas da população preta por serviços de emergência e saúde estão relacionadas, principalmente, às condições sociais e econômicas desfavoráveis, que muitas vezes resultam em violência, desnutrição, abortos sépticos, anemia, DST/Aids, transtornos mentais provenientes de alcoolismo, entorpecentes e até mesmo preconceito racial.

Dentre as políticas raciais e de gênero responsáveis pela preservação da saúde e vida da mulher, merecem evidência a Lei nº 11.340/2006 (Maria da Penha) e a Lei nº 13.104/15 (Lei do Femicídio). A implantação de leis como esta é extremamente necessário, pois de acordo com o Instituto de Pesquisa Aplicada (IPEA, 2019), houve um grande aumento dos índices de homicídios e violências fatais contra mulheres.

Existe uma cruel disparidade em relação ao número de vítimas, quando há comparação racial. Entre 2007 e 2017, o aumento do percentual de vítimas brancas foi de 4,5%, enquanto o de vítimas negras correspondia a 29,9%. Dentre todos as mulheres vítimas de violência fatal no ano de 2017 o percentual de vítimas negras foi de 66%. Tais dados podem ser compreendidos ao observar a Figura 1

Figura 1 – Violência Contra Mulheres entre 2007 e 2017



Fonte: IBGE/Diretoria de Pesquisas. Coordenação de População e Indicadores Sociais. Gerência de Estudos e Análises da Dinâmica Demográfica e MS/SVS/CGIAE - Sistema de Informações sobre Mortalidade – SIM. O número de homicídios de mulheres na UF de residência foi obtido pela soma das seguintes CIDs 10: X85-Y09 e Y35-Y36, ou seja: óbitos causados por agressão mais intervenção legal. Aqui nós agregamos a classificação de raça/cor do IBGE, onde chamamos de “negras” as somas de pretas e pardas e “não negras” a soma de brancas, amarelas e indígenas. Elaboração Diest/Ipea e FBSP.

Fonte: Evolução da taxa de homicídios femininos no Brasil, por raça/cor (2007-2017) disponível em: http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/relatorio_institucional/190605_atlas_da_violencia_2019.pdf Acesso em: 07 mai. 2020.

As análises do IPEA também apresentaram reflexões sobre a relação entre o homicídio de mulheres e o local onde estes ocorrem, comprovando um aumento de 17,1% dos homicídios que ocorrem na residência das vítimas, como ilustra a Figura 2

Figura 2 – Violência Contra Mulheres em suas Residências

	Homicídios de Mulheres no Brasil											Variação %		
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2007 a 2017	2012 a 2017	
Brasil														
Número de Homicídios	3.778	4.029	4.265	4.477	4.522	4.729	4.769	4.836	4.621	4.645	4.936	30,7%	4,4%	6,3%
Taxa de Homicídios	3,9	4,1	4,3	4,4	4,4	4,6	4,6	4,6	4,4	4,5	4,7	20,7%	1,7%	5,4%
Número de Homicídios na Residência	1.019	1.167	1.127	1.186	1.196	1.171	1.214	1.280	1.292	1.336	1.407	38,1%	20,2%	5,3%
Taxa de Homicídios na residência	1,0	1,2	1,1	1,2	1,2	1,1	1,2	1,2	1,2	1,3	1,3	27,6%	17,1%	4,5%
Número de Homicídios Fora da Residência	2.759	2.862	3.138	3.291	3.326	3.558	3.555	3.556	3.329	3.309	3.529	27,9%	-0,8%	6,6%
Taxa de Homicídios Fora da Residência	2,8	2,9	3,2	3,3	3,3	3,5	3,4	3,4	3,2	3,2	3,4	18,2%	-3,3%	5,8%
Número de Homicídios por Arma de Fogo	1.988	2.048	2.193	2.199	2.260	2.336	2.327	2.393	2.281	2.349	2.583	29,9%	10,6%	10,0%
Taxa de Homicídios por Arma de Fogo	2,0	2,1	2,2	2,2	2,2	2,3	2,2	2,3	2,2	2,3	2,5	20,1%	7,8%	9,1%
Número de Homicídios por Arma de Fogo na Residência	415	474	429	480	455	453	442	462	451	507	583	40,5%	28,7%	15,0%
Taxa de Homicídios por Arma de Fogo na Residência	0,4	0,5	0,4	0,5	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,5	0,6	29,8%	25,4%	14,1%
Número de Homicídios por Arma de Fogo Fora da Residência	1.573	1.574	1.764	1.719	1.805	1.883	1.885	1.931	1.830	1.842	2.000	27,1%	6,2%	8,6%
Taxa de Homicídios por Arma de Fogo Fora da Residência	1,6	1,6	1,8	1,7	1,8	1,8	1,8	1,8	1,7	1,8	1,9	17,5%	3,5%	7,7%
% de Homicídios na Residência	27,0%	29,0%	26,4%	26,5%	26,4%	24,8%	25,5%	26,5%	28,0%	28,8%	28,5%	5,7%	15,1%	-0,9%
% de Homicídios por Arma de Fogo	52,6%	50,8%	51,4%	49,1%	50,0%	49,4%	48,8%	49,5%	49,4%	50,6%	52,3%	-0,6%	5,9%	3,5%
% Homicídios por Arma de Fogo na Residência	11,0%	11,8%	10,1%	10,7%	10,1%	9,6%	9,3%	9,6%	9,8%	10,9%	11,8%	7,5%	23,3%	8,2%

Fonte: IBGE/Diretoria de Pesquisas, Coordenação de População e Indicadores Sociais, Gerência de Estudos e Análises da Dinâmica Demográfica e MS/SYS/CGIAE - Sistema de Informações sobre Mortalidade - SIM. O número de homicídios de mulheres na UF de residência foi obtido pela soma das seguintes CIDs 10: X85-Y09 e Y35-Y36, ou seja: óbitos causados por agressão mais intervenção legal. O local do incidente foi obtido com base no terceiro dígito da causa base do óbito. Elaboração Diest/Ipea e FBSP.

Fonte: Homicídio de Mulheres dentro e fora das residências por arma de fogo (2007-2017).

Disponível em:

http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/relatorio_institucional/190605_atlas_da_violencia_2019.pdf Acesso em: 07 mai. 2020.

Como sugere o IPEA (2019), no ano de 2017, cerca de 200 mil mulheres denunciaram seus agressores. Ainda que estas correspondam a uma parcela do universo de mulheres que foram violentadas em 2017, a denúncia é fundamental para a proteção da vítima.

Para a consolidação do combate às desigualdades raciais na área da saúde, como afirma Werneck (2014), seriam necessárias ações em diversas áreas, medidas singulares pautadas em estudos científicos. Para tanto, estas ações só podem ocorrer com a proximidade entre mulheres negras e o interesse público. Estas iniciativas resultam na transposição de barreiras institucionais possibilitando a mulheres negras mais acesso a políticas compensatórias em diversas áreas do setor público, definição de metas que identifiquem outros grupos populacionais vulneráveis, maiores investimentos no Sistema Único de Saúde (SUS), além da ampliação de políticas públicas que visam o combate ao preconceito racial e de gênero.

2.3.3 Mercado de Trabalho

Como sugere Abramo (2004), raça e gênero são fatores determinantes frente a oportunidades no mercado de trabalho formal. De acordo com um levantamento realizado pelo Indique Uma Preta (2020), o percentual de pessoas negras subutilizados representa um percentual de 66,1%. Quando há uma comparação entre raça e gênero as disparidades são ainda maiores, enquanto homens brancos correspondem a um percentual de 39% dos cargos de liderança, homens negros apenas 9%, e as mulheres negras somente 6,6%. No que tange aos rendimentos salariais, uma mulher negra recebe menos que a metade (44%) dos rendimentos de um homem branco. Em tal caso, é possível afirmar que a mulher negra ocupa o último nível da pirâmide social, abaixo do homem negro, mulher branca e homem branco.

O levantamento do Indique Uma Preta (2020) comprovou também que apesar de não possuírem um papel de destaque no mercado de trabalho, as mulheres negras correspondem a um percentual de 49% das micro e pequenas empresas no Brasil.

No que diz respeito ao acesso a oportunidades de trabalho, comprovou-se que 47% conseguiu trabalho por meio de processos seletivos, 26% por indicação e 27% por outros meios.

Quanto as políticas públicas para a promoção de empregos e direitos trabalhistas é possível citar: a Convenção 111 da Organização Internacional do Trabalho (OIT), responsável por estabelecer métricas capazes de expor as desigualdades relacionadas ao racismo no mercado de trabalho, a Lei nº 7716/1989, que determinou como ilegal a prática do racismo e o ato de discriminação racial ao acesso a oportunidades de trabalho, tanto no setor privado quanto no público, a Lei nº 9799/1999 responsável por promover a introdução de normas relevantes a mulheres negras na Consolidação das Leis de Trabalho (CLT), afim de proporcionar à mulheres mais oportunidades de inserção no mercado. Entretanto, o precoce ingresso ao mercado de trabalho priva a população negra de uma formação acadêmica básica e superior, como afirma Silva (2013), resultando em cargos operacionais, muitas vezes, sem registro, proteção social e ou previdenciária, além da supressão da viabilidade de ascensão a cargos de nível superior.

De acordo com Oliveira (2017), 67% da população negra recebe até um salário-mínimo e meio por mês, enquanto o percentual de pessoas brancas que recebem a mesma quantia é de 45%. A atual crise econômica afetou principalmente a população negra, dados apontam que 63,7% estão desempregados.

Tais iniciativas políticas em prol aos direitos trabalhistas da população negra configuram-se fundamentais para muitos brasileiros, visto que estruturas organizacionais vêm perpetuando o preconceito racial desde a escravidão.

2.3.4 Cultura

Segundo Corá (2014), o contexto histórico que originou a ampliação de políticas públicas culturais no Brasil ocorreu com a Revolução de 1930, onde o Estado promoveu interferências na área da saúde, educação e cultura nacional. A partir destas interferências, algumas iniciativas políticas favoráveis à preservação da historicidade cultural brasileira foram concebidas, como por exemplo, o Decreto nº 22.928/1933 responsável por designar a cidade de Ouro Preto como um monumento nacional, a Lei nº 378/1937 iniciativa que deu origem ao SPHAN (Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional) antiga denominação do atual IPHAN (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional).

A criação do IPHAN representa uma das mais importantes iniciativas políticas em âmbito cultural, porém, sua proposta original desenvolvida por Mário de Andrade em 1936 possuía características que não foram contempladas pela lei que o estabeleceu. De acordo com Corá (2014), o projeto de Mário de Andrade era mais abrangente, principalmente, no que diz respeito a diversidade da cultura brasileira. No projeto, a preservação do patrimônio histórico e cultural se estendia a "artes eruditas e populares, bens móveis e imóveis, hábitos, fazeres, lendas, folclore, música e mesmo as superstições populares" (CORÁ, 2014, p. 1096). O Decreto-Lei nº 25, elaborado por Rodrigo Melo Franco, estabeleceu como patrimônio histórico "o conjunto dos bens móveis e imóveis existentes no país e cuja conservação seja de interesse público, quer por sua vinculação a fatos memoráveis da história do Brasil, quer por seu excepcional valor arqueológico ou etnográfico, bibliográfico ou artístico".

Diante desse cenário, a alteração na definição que estabelece o que pode ou não configurar um patrimônio histórico brasileiro, não abrange de forma coerente as diversidades culturais presentes no país.

De acordo com Corá (2014), por anos elementos culturais que não configuravam algum tipo de relação com a elite brasileira foram perdidos. Todavia, a introdução da Constituição de 1988 promoveu um avanço no que tange a definição de patrimônios culturais brasileiros ao integrar os patrimônios materiais e imateriais a sua definição. Esta iniciativa garantiu maior representatividade da diversidade aos patrimônios brasileiros preservados.

Para Lopes (2008), merecem reconhecimento as efetivas contribuições da população preta à cultura brasileira, mesmo que muitos brasileiros a rejeitem. E reforça, "O Brasil, mais que afetado, pela presença africana em nosso meio, durante quatro séculos, é sim, herdeiro natural e privilegiado de um acervo cultural admirável" (LOPES, 2008, p. 79). Tendo isso em vista, é possível afirmar que a cultura brasileira se constituiu por meio da herança de diversos países, em especial, países do continente africano.

A relação entre gênero e heranças africanas se reflete de muitas maneiras na sociedade brasileira.

Durante o regime escravista, a população africana, em especial mulheres africanas, foram exploradas em níveis inimagináveis, desde a força de trabalho até apropriação mercadológica de seus corpos. A exploração de mulheres africanas, no que diz respeito a transformação mercadológica de seus corpos, incluíam violências

verbais, físicas, sexuais etc. Muitas foram utilizadas como amas de leite¹⁵ e seus filhos cresciam para a mão de obra escrava. Mesmo com o fim do regime escravista a mulher negra ainda carrega consigo estereótipos perpetuados desde a escravidão, e tal estereótipo está incorporado a cultura nacional.

Como citado antes, não existe equidade quando há comparação entre mulheres negras e brancas nos mais diversos setores socioeconômicos, e na representação midiática não seria diferente.

A representação da mulher negra na mídia há muitos anos, tem sido feita de maneira equivocada, e muitas vezes, preconceituosa. Dentre estas representações é possível citar uma peça publicitária da Brasil Kirin Indústria de Bebidas S.A para o lançamento de uma nova cerveja da marca Devassa.

Figura 3 – Peça Publicitária da Devassa



Fonte: Peça publicitária da Devassa, disponível em: <https://www.geledes.org.br/representacao-social-da-mulher-negra-nos-programas-de-tv-estereotipo-sexualizacao/> Acesso em: 12 mai. 2020.

Ao proferir “É pelo corpo que se reconhece a verdadeira negra” a peça publicitária da Devassa reproduz diversos estereótipos a respeito de seu físico. É comum vê-las representadas na mídia através de mulheres com corpos sinuosos, lábios grossos e olhar atrativo. Logo, na concepção da mídia, fontes de fácil acesso ao sexo.

¹⁵ Mulher negra muitas vezes engravidada por seus senhores para produzir leite e amamentar os filhos de seus senhores quando a mãe biológica estava impossibilitada de alguma maneira.

A representação de mulheres negras na dramaturgia também reproduzem tais estereótipos. Quando estas aparecem¹⁶, é possível vê-las na personagem de empregadas domésticas, mulheres pobres e/ou sexualizadas, além de personagens que passam por situações de extremo preconceito e que “venceram”, como ocorreu na novela *Viver a Vida*, veiculada pela emissora Rede Globo.

Figura 4 – Representação da Mulher Negra na Dramaturgia



Fonte: Cena da novela *Viver a Vida*, disponível em: <https://www.geledes.org.br/representacao-social-da-mulher-negra-nos-programas-de-tv-estereotipo-sexualizacao/> Acesso em: 12 mai. 2020.

A cena representa, mesmo que indiretamente, a negra servil ajoelhada diante de sua senhora¹⁷, sofrendo agressões. Essa cena foi exibida no dia 20 de novembro de 2009 (Dia da Consciência Negra no Brasil).

O racismo veiculado na mídia e em outros meios de informação, é fruto de uma perpetuação advinda da escravidão que incorporou o consciente social, e até mesmo, cultural da população brasileira.

¹⁶ Referência a novela *Segundo Sol* veiculada pela Rede Globo em 2018, a novela tinha seu desdobramento na Bahia, estado com a maior população pretos e pardo do Brasil (80%), entretanto, a novela não possuía atores pretos. Na tentativa de se justificar pelo ocorrido a emissora informou que as atrizes Taís Araújo e Camila Pitanga não estavam disponíveis.

¹⁷ Forma de tratamento que escravos se referiam as suas senhoras.

Atualmente, a mídia vem mudando a reprodução estereotipada da mulher negra em suas peças. todavia, estas atitudes estão distantes da urgência de representação devida, e combate à discriminação racial que a sociedade demanda.

Contudo, mesmo com o respaldo legal, a população negra ainda demanda de iniciativas efetivas, sejam sociais, sejam políticas para a consolidação de seus direitos. Todavia, atualmente é possível observar um fenômeno de empoderamento da população negra, que a motiva a se inserir em espaços antes não ocupados pelos negros.

2.4 Empoderamento e o Mundo do Trabalho: Desafios e Perspectivas para a Mulher Negra

A demanda do sistema capitalista possibilitou a inserção de mulheres no mercado de trabalho. Como esclarece Hooks (2015), quando o movimento feminista teve seu início, mulheres negras já ocupavam um terço da mão de obra do mercado. Líderes reformistas do feminismo apresentavam discursos motivando mulheres a trabalhar, pois afirmavam que o trabalho as proporcionaria libertação à dominação masculina.

Ferrari e Miranda (2019) afirmam que “a inserção no mercado de trabalho é essencial para que as mulheres conquistem autonomia econômica e construam sua identidade”. (2019, p. 138). Bell Hooks reforça que, “a autossuficiência econômica é necessária para a libertação das mulheres” (2015, p. 82). Diante desse contexto verifica-se a importância da relação entre mulheres e o acesso ao trabalho, visto que este as proporciona: autonomia econômica, segurança, autoestima e muitas vezes, ter tal autonomia permite às mulheres saírem de relacionamentos abusivos, nos quais os homens são provedores das relações.

Dados levantados pelo Instituto de Pesquisa Aplicada (IPEA) no ano de 2015, de acordo com Ferrari e Miranda (2019), comprovaram que a dupla jornada (soma do trabalho formal com o doméstico não remunerado) ainda é perpetuada e destinada exclusivamente a mulheres, sendo que as mulheres ocupam parte significativa do mercado de trabalho. Os rendimentos econômicos de mulheres negras aumentou, porém, não é comum vê-las ocupando cargos de liderança. É cada vez mais trivial ver famílias sustentadas por mulheres, pois elas têm ocupado cada vez mais ambientes acadêmicos, no entanto, a desigualdade entre mulheres brancas e negras ainda é exorbitante.

A respeito da divisão de classes econômicas, resultante do sistema capitalista, Hooks (2015) ressalta que:

Uma crescente divisão de classe separa as inúmeras mulheres pobres de suas companheiras privilegiadas. De fato, grande parte do poder de classe que grupo de mulheres de elite têm em nossa sociedade, principalmente aquelas que são ricas, é alcançado em detrimento da liberdade de outras mulheres (HOOKS, 2015, p. 87).

Em tal caso, compreende-se que com o decorrer dos anos, além de mais oportunidades de emprego, o sistema capitalista também resultou em extrema

desigualdade econômica, pautando a autonomia econômica de uma mulher em detrimento a de outra. Quando líderes feministas afirmaram que oportunidades de trabalho proporcionariam liberdade à opressão masculina, estas não previam a extrema desigualdade econômica resultante do capitalismo, o desemprego em massa, o posicionamento liberal e atitudes conservadoras de homens e críticas às políticas e programas sociais.

Tais realidades comprovam a necessidade de reflexão sobre a relação entre a liberdade da mulher e o mercado de trabalho. É imprescindível que o feminismo reflita sobre estratégias capazes de proporcionar às mulheres mais condições econômicas. Uma pauta do feminismo no futuro deve informar aos homens a real essência do trabalho, na tentativa de comprovar a estes que mulheres não são suas inimigas, uma vez que o desemprego dos homens não é responsabilidade, tampouco, culpa do público feminino e estes não perdem sua identidade quando mulheres se tornam a principal provedora econômica da família. Essas práticas podem resultar em uma aproximação das mulheres. Hooks (2018) atesta isso quando diz: “[...] abordar a dificuldade econômica das mulheres pode vir a ser a plataforma feminista que oferece uma resposta coletiva. Pode muito bem se tornar o espaço para a organização coletiva, o campo comum, a questão que conecta todas as mulheres”. (HOOKS, 2015, p. 88).

Tendo em vista os avanços conquistados por mulheres, seja em âmbito econômico, seja em âmbito social, é possível afirmar que tais avanços promoveram a mulheres um poder de revolucionar suas vidas e o ambiente que as cercam. Essa atitude atualmente pode ser compreendida como Empoderamento Feminino.

A origem histórica do empoderamento, na perspectiva de Berth (2019), está pautada em estudos de dois autores distintos, sendo Bárbara Bryant¹⁸ e Paulo Freire¹⁹. Antes de expor uma conclusão sobre o que viria a ser o chamado Empoderamento, de acordo com Berth (2019), Bárbara Bryant avaliou não só a situação de comunidades periféricas, mas também a representação negativa destes

¹⁸ Barbara Bryant Solomon, intelectual americana mundialmente premiada devido a suas iniciativas de inserção de jovens preto no ensino superior, por meio de cursos preparatórios.

¹⁹ Paulo Reglus Neves Freire nasceu em 19 de setembro de 1921 em Recife, Pernambuco. Educador e filósofo Paulo Freire é considerado o patrono da educação brasileira devido as suas contribuições para o chamado Movimento de Pedagogia Crítica, além de suas publicações que transcenderam a metodologia da pedagogia tradicional. Paulo Freire faleceu em 2 de maio de 1997.

na mídia e concluiu que o Empoderamento “é um processo pelo qual a autodireção e o processo de ajuda são as forças de cura e fortalecimento entre a população negra” (BERTH apud Brayant, 2019, p. 36).

Como expõe Berth (2019), ao mencionar Paulo Freire sobre o empoderamento e liberdade:

A libertação é um ato social [...] mesmo que você se sente individualmente, mais livre, se esse sentimento não é um sentimento social, se você não é capaz de usar a sua liberdade recente para ajudar os outros a se libertarem através da transformação global da sociedade, então você só está exercitando uma atitude individualista no sentido do *empowerment* ou da liberdade. (BERTH apud Freire, 2019, p. 42-43)

A perspectiva de Freire esclarece uma das principais características do Empoderamento, a mobilização social, na visão do autor os grupos oprimidos, devem reunir ferramentas para empoderar-se.

Sendo assim, é possível afirmar que existe uma discussão semântica sobre o Empoderamento, enquanto Bárbara Bryant sugere que existe a necessidade de ofertar ferramentas de auxílio à população oprimida, Paulo Freire sugere que a mobilização social é de fato a chave para promover o chamado Empoderamento.

Contudo, pode-se concluir que o Empoderamento é uma ferramenta fundamental de emancipação e conquista de espaços antes não ocupados pela população negra.

3 RELAÇÕES PÚBLICAS LIDERANÇAS, DIVERSIDADE E O MERCADO DE TRABALHO

Este capítulo tem por finalidade apresentar a relação entre liderança, gênero e o mercado de Comunicação e Relações Públicas, situando o contexto histórico e contemporâneo que norteiam a área, expondo dados socioeconômicos, além de apresentar as contribuições que as relações públicas podem oferecer para a promoção de equidade racial e de gênero. Para isso, foi necessário realizar uma pesquisa bibliográfica no Google Acadêmico e em livros reunindo considerações de autores como Kunsch (2009), Ferrari (2019), Grunig (2011) e Peruzzo (2019).

3.1 Diversidade nas Organizações

Peruzzo (2019) ressalta que a inserção da diversidade em ambientes organizacionais teve sua origem no século XX, impulsionada pela introdução da Constituição Federal de 1988, e a pressão de movimentos sociais.

Foram empresas multinacionais que trouxeram à diversidade às organizações. Entretanto, essa inserção ainda promove diversas discussões. Peruzzo (2019) afirma que, "o proceder empresarial em favor de práticas inclusivas em relação a admissibilidade de negros e de pessoas com deficiências etc. é defendido porque isso resultaria em vantagem competitiva" (PERUZZO, 2019, p. 36). Tendo isso em vista, algumas empresas utilizam discursos de diversidade visando o lucro e a construção de uma imagem positiva para com a sociedade, degradando princípios éticos e morais.

Mesmo que algumas organizações não promovam a diversidade de maneira ética, se faz necessário defender a importância dessa iniciativa. Incorporar a diversidade na cultura de uma organização pode transformar perspectivas, além de promover resultados nunca alcançados, entretanto, tal incorporação não é tarefa fácil. Segundo Peruzzo (2019) os empecilhos estão relacionados ao ceticismo dos colaboradores em relação a programas que possibilitam a ampliação da diversidade nas organizações e a discriminação presente no ambiente mercadológico. Na tentativa de propor uma solução para os obstáculos de incorporar a diversidade nas organizações Peruzzo (2019) apresenta que, "mudanças são necessárias e vão além de meros procedimentos administrativos, abrangendo mudanças culturais e cognitivas

(PERUZZO, 2019, p. 38). Em tal caso, para a inserção plena da diversidade nas organizações são necessárias medidas que vão além da contratação dessas pessoas. A equipe precisa estar alinhada com as iniciativas da organização, compreender como podem contribuir para a inserção dessas pessoas e acima de tudo possuir valores morais e éticos de respeito a diversidade.

A cultura de uma organização está diretamente relacionada à cultura de seu País. O ambiente corporativo nacional, como esclarece Lago (2019), é onde mais ocorrem condutas excludentes e práticas de violência, não só com a diversidade de gênero, mas também classe social, raça, orientação sexual e idade. Estas diferenciações visam determinar quem pode atuar com o quê, e não obstante, quem não pode ocupar determinados espaços.

Dentre as consequências das violências organizacionais, é possível citar o fenômeno do Silêncio Organizacional, que ocorre quando funcionários(as) se sentem intimidados em expressar opiniões devido as agressões sofridas. Segundo Ferrari e Miranda (2019), a reprodução da violência organizacional ocorre devido a:

Existência de clima organizacional permissivo, individualista e insensível; competição interna exacerbada; hierarquias supervalorizadas; mudanças e reestruturações sem critérios e transparência; carreiras mal definidas e mal operadas, especialmente as que envolvem expatriações; repatriação profissional sem cuidado e planejamento; duplicidades de cargos em processos de fusão e aquisição; incorporação de profissionais mais jovens e mais qualificados que suas chefias; programas de trainees e de estágios mal definidos; e setor de recursos humanos preocupado apenas em sobreviver. (FERRARI; MIRANDA, 2019, p. 149-150).

Ou seja, as condições de trabalho contribuem para a criação de um ambiente de violências explícitas e implícitas que resultam no mal-estar dos funcionários, seja ele físico, psicológico ou moral. De qualquer forma, esta situação dificulta a efetivação de uma comunicação autêntica e não violenta, e reduz a probabilidade de convivências interculturais.

Há de se destacar que o fenômeno da globalização proporciona convivências plurais e desafiadoras e nas organizações não seria diferente. De um lado, é possível identificar corporações que adotam políticas de diversidade e contratam pessoas visando ampliar suas relações com públicos diversos. Por outro, ainda existem organizações que reproduzem e mantêm valores que promovem a exclusão das chamadas minorias ou minorizados (negros e comunidade LGBTQI+). Como mencionado no capítulo anterior, mulheres e negros, por exemplo, em números, não

constituem a minoria, contudo, na representatividade e espaços que ocupam no ambiente de trabalho, sociedade e mídia são minorizados.

Ainda que não exista uma resposta única e efetiva capaz de erradicar práticas discriminatórias não só das organizações, mas também de todos os ambientes nos quais estas possam ser identificadas, algumas ações podem contribuir, tais como:

Políticas concretas de combate ao assédio, políticas de promoção que priorizem mulheres, criação de ambientes de assistência, com creches que sirvam às funcionárias com crianças, processos de admissão que não perguntem se a pessoa é casada ou se pretende ter filhos/as (perguntas que são feitas somente para mulheres). Para falar apenas nesse genérico “mulheres”, sem especificar, por exemplo, a intersecção com raça (LAGO, 2019. p. 88).

Os exemplos apresentados pela autora demandam uma reconfiguração na forma de pensar dos empregadores, isto é, uma mudança cultural que se relaciona aos valores e princípios que norteiam a forma como conduzem seus negócios. Neste sentido, reforça-se a relevância dos avanços legais e de políticas públicas apresentados no capítulo anterior, uma vez que poderão tornar tais mudanças mais rápidas e efetivas. A busca de superação das desigualdades históricas por meio do acesso à educação, cultura, meios de comunicação e mercado de trabalho forçam a mudança pelas necessidades que surgem da convivência e dos conflitos organizacionais e institucionais.

Neste sentido, destaca-se a função administrativa e política atribuída ao profissional de Relações Públicas, por Simões (1995), uma vez que este considera o conflito como a matéria-prima desta ciência e atividade. O mencionado autor destaca que cabe ao relações-públicas mediar os conflitos entre a organização e seus públicos e, neste sentido, percebe-se um caminho possível para superar preconceitos e evitar comportamentos discriminatórios. A mediação pressupõe diálogo e, na perspectiva de Grunig e Hunt (apud GRUNIG, 2011), o modelo de Relações Públicas que proporciona o diálogo equilibrado é o modelo de comunicação simétrico de mão-dupla. Na mesma linha, argumenta Ferrari (2015):

A organização deve promover “modelos de gestão da comunicação de mão dupla, visando estabelecer formas de diálogo que facilitem a compreensão mútua, estimulem relações de confiança e contribuam para as trocas em diferentes dimensões, como a cultural, a política, a social e a comercial” (FERRARI, 2015, p. 44).

Assim, entende-se que a comunicação simétrica de mão dupla, capaz de promover o diálogo que conduz a compreensão, nada mais é do que a possibilidade

de construir a comunicação não violenta proposta pelo psicólogo Marshall Rosenberg (2006), baseada na interação empática entre as pessoas. Tal comunicação pressupõe que, mesmo não considerando violenta a colocação de determinadas palavras, estas podem sim causar dor, tanto para os outros quanto para quem as profere. Pensando nisso Rosenberg (2006) passou a identificar e reproduzir métodos de comunicação capazes de conectar pessoas ao invés de afastá-las.

Enfim, a questão do respeito aos direitos humanos e diversidade nas organizações, para ir além de um discurso institucional lucrativo, como ressaltou Peruzzo (2019), devem adotar uma perspectiva cívica, ou seja, que vislumbre a construção de uma sociedade mais igualitária e cidadã.

A comunicação não violenta e simétrica de mão-dupla demonstra-se adequada para mediar conflitos e combater o silenciamento e violência organizacional. Tal comunicação, portanto, está diretamente relacionada ao estudo realizado por James Grunig, entre as décadas de 1985 e 1992, a fim de comprovar a importância das relações públicas.

3.2 Princípios da Excelência em Relações Públicas: Diversidade e Liderança

A Teoria de Excelência foi resultado de um estudo realizado por James e Larissa Grunig, David Dozier, William Ehling, Jon White e Fred Repper durante os anos 1985 a 1992, nos Estados Unidos, Canadá e Reino Unido (GRUNIG, 2011). Tal estudo teve como objetivo expor a importância da área de Relações Públicas não só para as organizações, mas também para toda sociedade.

A pesquisa foi realizada em duas importantes etapas. A primeira etapa foi quantitativa, na qual foram entrevistadas 5330 pessoas de 327 organizações distintas, sendo que, destas organizações, 407 eram executivos de comunicação, 292 eram CEOs e 4.631 eram colaboradores. A segunda etapa consistiu-se em um estudo qualitativo realizado com gestores de relações públicas e profissionais da área.

Dentre os principais resultados da pesquisa é possível citar a apresentação de dez princípios de excelência, além de termos-chaves que definem as relações públicas excelentes. Os princípios resultantes da pesquisa são:

“Princípio 1: O alto executivo de Relações Públicas participa dos processos de gestão estratégica da organização (tomada de decisões) e os programas de comunicação são desenvolvidos para públicos estratégicos identificados como parte desse processo” (GRUNIG, 2011, p. 54).

Nessa situação, a participação de profissionais de relações públicas em cargos de liderança²⁰ corroboram com uma gestão estratégica não só na tomada de decisões, mas também em programas de comunicação que compõem esses processos.

“Princípio 2: O alto executivo de Relações Públicas é membro da coalização dominante da organização ou se reporta diretamente aos diretores executivos que pertencem a ela” (GRUNIG, 2011, p. 54). Nesse caso, em uma organização toda equipe compreende a importância de sua atividade e respeita preceitos hierárquicos. Logo, quando um profissional de relações públicas ocupa um cargo de alto executivo, deve subordinar-se apenas aos executivos que pertencem a organização.

“Princípio 3: A diversidade está incorporada em todos os papéis de relações públicas (homens, mulheres, diferentes origens racial, étnica e cultural)” (GRUNIG 2011, p. 54). Esta concepção se pauta no incentivo da diversidade nas organizações. Possuir diversas perspectivas e experiências em uma organização amplia a

²⁰ Compreende-se como liderança neste estudo profissionais que ocupam cargos de gestão e ou são empreendedores na área.

possibilidade de ações assertivas. Este princípio vai de encontro com o objeto de estudo deste projeto, pois organizações de comunicação e relações públicas que visam uma unidade de relações públicas excelentes devem incorporar a diversidade.

“Princípio 4: A unidade de Relações Públicas é chefiada por um gerente, e não por um técnico” (GRUNIG, 2011, p. 54). Assim sendo, ter vastos conhecimentos no campo das técnicas não garante ao profissional de relações públicas expertises no que diz respeito a gerência de uma unidade, mesmo que esta seja uma unidade de relações públicas.

“Princípio 5: O alto executivo de Relações Públicas ou outros na unidade de Relações Públicas devem ter o conhecimento necessário para o papel gerencial” (GRUNIG, 2011, p. 54). Esta afirmação elucida sobre as expertises necessárias para atuação em cargos executivos e de gerência em unidades de relações públicas, todavia, o saber das técnicas configura vantagem positiva para a ascensão em cargos de liderança.

Princípio 6: Função de Comunicação integrada [...] A função de relações públicas excelentes integra todos os programas de relações públicas (interno e externo) num único departamento ou oferece mecanismos para a coordenação de programas administrados por diferentes departamentos” (GRUNIG, 2011, p. 54).

Nessa situação, todas as atividades que norteiam as relações públicas excelentes devem ser realizadas em um único setor, promovendo assim a comunicação integrada. Sendo essa possibilidade inviável, deve-se ofertar mecanismos que possibilitem que a administração/execução das atividades em departamentos distintos.

“Princípio 7: Relações Públicas como função gerencial separada de outras funções organizacionais” (GRUNIG, 2011, p. 54). Tal contexto, diz respeito a compreensão da hierarquia entre os setores de uma organização.

“Princípio 8: Programas de comunicação desenvolvidos para públicos específicos são baseados no modelo simétrico ou modelos mistos” (GRUNIG, 2011, p. 54). Assim sendo, programas de comunicação excelentes, estão embasados nos modelos simétrico (mediação entre os interesses da organização e seus públicos) e mistos (construção de um relacionamento entre a organização e seus públicos).

“Princípio 9: O alto executivo de Relações Públicas ou outros na unidade de Relações Públicas devem ter conhecimento necessário para o modelo simétrico de mão dupla ou então a função de comunicação não terá o potencial para exercer esse modelo de excelência” (GRUNIG, 2011, p. 54). Nesse caso, reforça-se a importância de uma gestão que possibilite e incentive o diálogo dos colaboradores, iniciativas como estas configuram uma gestão excelente.

“Princípio 10: A cultura organizacional participativa colabora para a comunicação excelente” (GRUNIG, 2011, p. 54). Tal conclusão incentiva a necessidade de uma cultura participativa nas organizações, iniciativas como essas despertam um sentimento de pertencimento dos colaboradores para com a organização.

Os termos-chaves que definem as relações públicas excelentes, segundo Grunig (2011) são: Estratégica – As relações públicas atuam de forma participativa na tomada de decisão das organizações excelentes. Duas Mãos – As relações públicas coletam informações a respeito dos públicos que norteiam a organização e veiculam informações a estes. Simétrica – As relações públicas representam a organização e visam mediar os interesses destas com seus públicos. Relacionamento – A principal função das relações públicas é possibilitar um bom relacionamento entre a organização e seus públicos.

Contudo, dentre as contribuições da Teoria de Excelência a este estudo destacam-se as reflexões propostas a respeito dos benefícios de incorporar a diversidade nas organizações, os conhecimentos técnicos e gerenciais que competem a um profissional de relações públicas que ocupa cargos de liderança, as características que peças de relações públicas devem possuir para estabelecer um relacionamento com seus públicos, o perfil de gestão que possibilita mais diálogo e participação dos colaboradores e a cultura organizacional capaz de incentivar a presença de colaboradores na tomada de decisões.

Esclarecidas as estruturas de unidades de relações públicas excelentes, ainda existe a necessidade de ampliar assuntos que norteiam as relações públicas, tais como sua historicidade, colocação no mercado econômico, além de verificar a posição atribuída à mulher negra na área.

4 RAÇA GÊNERO E O MERCADO DE COMUNICAÇÃO E RELAÇÕES PÚBLICAS

Este capítulo retrata a historicidade das relações públicas, suas competências, expõem dados mercadológicos a respeito da área e promove uma reflexão sobre a intersecção entre raça, gênero e o mercado de Comunicação e Relações Públicas. Os principais autores de referência são: Kunsch (2009), Fischer e Neto (2014), Scheid e Quadros (2014), além do Blog Todo Mundo Precisa de Um RP (2014).

4.1 A Historicidade das Relações Públicas

O contexto histórico que aproximou as Relações Públicas do Brasil, segundo Kinsh (2009), ocorreu na década de 1914, quando a empresa de eletricidade *The São Paulo Tramway Light and Power Company Limited* (Atual ENEL Brasil) incorporou um departamento de relações públicas na organização, que tinha a liderança de Eduardo Pinheiro Lobo, conhecido como o Patrono das Relações Públicas.

As Relações Públicas foram incorporadas não só por grandes organizações, mas também na vigência da Ditadura Militar (1964-1985), onde relações-públicas utilizavam seus conhecimentos em estratégias de comunicação para auxiliar líderes ditatoriais a estabelecer relacionamentos com a população na tentativa de refrear insurgências de grupos liberais.

De acordo com Kunsch (2009), a Comunicação Organizacional como encontra-se hoje teve seu início no período de Revolução Industrial²¹. As mudanças que caracterizaram esse período obrigaram as empresas a buscar novas maneiras de se comunicar com seu público interno. Tal demanda resultou em um processo de estruturação da comunicação que, segundo Kunsch, "da comunicação funcional e administrativa passa-se à comunicação estratégica, do jornalismo empresarial, à comunicação empresarial e da comunicação empresarial à comunicação organizacional" (KUNSCH, 2009, p. 52). Diante disso, verifica-se que a Comunicação Organizacional passou por um extenso processo de estruturação até atingir a efetividade que pode ser observada hoje em grandes corporações atualmente.

²¹ Processo de industrialização que ocorreu entre os séculos XVIII e XIX na Europa. Dentre as principais características que ocorreram na Revolução Industrial destaca-se a substituição do trabalho manual pelo maquinário.

Segundo Fischer e Neto (2014), em meio ao processo histórico que estabeleceu as Relações Públicas no País houve importantes acontecimentos. Dentre estes destacam-se a introdução de um departamento de imprensa e propaganda no Ministério da Justiça e Negócios do Interior, na gestão Getúlio Vargas, o estabelecimento do primeiro departamento de Relações Públicas na Companhia Siderúrgica Nacional (CSN) no ano de 1951, a fundação da Associação Brasileira de Relações Públicas (ABRP) em 1954, a introdução do primeiro curso a nível bacharel em Relações Públicas na Universidade de São Paulo (USP) em 1967, o estabelecimento da Lei nº 5.377/1967 que regulamenta o exercício da profissão e a fundação do Conselho Federal de Relações Públicas (CONFERP) na década de 1970.

Há de se concordar que existem muitas definições do que é Relações Públicas. Na concepção de Kunsch (2009)

As Relações Públicas como campo acadêmico e atividade profissional, têm como objetos as organizações e seus públicos, instâncias distintas, mas que se relacionam dialeticamente. É com elas que a área trabalha, promovendo e administrando relacionamentos e, muitas vezes, mediando conflitos, valendo-se para tanto de estratégias e de programas de comunicação de acordo com diferentes situações reais do ambiente social. (KUNSCH, 2009, p. 54).

Na perspectiva de Simões (1995)

As Relações Públicas são "o exercício da administração da função política organizacional, focado através do processo de comunicação da organização com seus públicos" (SIMÕES, 1995, p. 42). O autor foi o único pesquisador a definir as Relações Públicas com base em uma teoria que norteia o âmbito público.

Com suas ponderações tanto Kunsch (2009), quanto Simões (1995), esclarecem sobre as práticas que competem a um relações-públicas, entretanto, não fica claro o que são as Relações Públicas de fato. De acordo com Ferrari (2009), muitas das definições, inclusive as relacionadas acima, limitam-se ao esclarecimento das técnicas da atividade, tendo seu enfoque principal no como fazer ao invés do ser.

As divergentes definições a respeito das Relações Públicas confundiram o meio empresarial a tal ponto que, hoje, muitos profissionais de relações públicas são contratados e não possuem a titulação de relações-públicas em suas carteiras admissionais.

Segundo o CONFERP (2019), dentre as práticas que competem exclusivamente a área de Relações Públicas estão:

Planejar, implantar e gerenciar as comunicações institucional, corporativa, empresarial, organizacional, estratégica, dirigida e integrada nas organizações, programas de interesse comunitário e fomento à informação para a opinião pública; Lecionar as disciplinas de teoria e técnicas de Relações Públicas; Esclarecer aos grupos de autoridades e opinião pública os interesses da organização; Mediar os relacionamentos estratégicos com os diversos públicos por meios de canais de comunicação; Desenvolver e diagnosticar pesquisas e auditorias de opinião e de imagem; Intermediar as relações governamentais, visando a manutenção de uma imagem positiva. Enfatizar o reconhecimento dos negócios da organização, sejam eles atividades, produtos ou serviços, junto aos públicos de interesse. (CONFERP, 2019).

Assim sendo, em âmbito mercadológico, o profissional de relações públicas pode atuar em organizações compreendendo os interesses destes e de seus públicos a fim de aproximá-los. Em âmbito acadêmico, pode lecionar sobre a área e em âmbito público, pode fortalecer a imagem da figura pública na tentativa de aproximá-la de seus eleitores em potencial.

4.2 O mercado de Comunicação e Relações Públicas

A crescente demanda por comunicação especializada resultou em uma expansão, a nível global, da área de Comunicação e Relações Públicas. Segundo Julio (2019), o relatório mais recente da The Holmes Report comprovou um crescimento de 5% na indústria internacional de Relações Públicas no ano de 2018. As 250 maiores organizações que constam no relatório divulgado, têm individualmente um faturamento de US\$ 4,9 milhões. Entre as empresas que ocupam o topo do ranking estão: Edelman, Weber Shandwick, Burson Cohn & Wolfe, Fleishman Hillard e Ketchum, todas possuem sedes no Brasil.

De acordo com o Blog Todo Mundo Precisa de Um RP (2014), uma pesquisa realizada pelo relações-públicas Samyr Paz promoveu importantes contribuições para a área acadêmica, mercadológica e até mesmo social.

A pesquisa foi realizada entre os meses de maio e junho reunindo 420 respostas de profissionais e estudantes da área. Por meio da pesquisa, dados comprovaram que 78% da área de relações públicas é feminina, sendo que houve uma adesão de apenas 8% dos entrevistados no que tange ao empreendedorismo. 35% dos entrevistados possuem rendimentos que variam entre um a dois salários-mínimos²² ao mês, já o percentual de entrevistados que têm remunerações superior a dois salários-mínimos cai para 25%. Também revelou que, 58% dos entrevistados estão satisfeitos com a área e não pensam em mudar de carreira, e sobre as áreas de atuação, 11% dos entrevistados atuam com produção de eventos, 10% com planejamento estratégico e 10% com redes sociais.

²² Atualmente um salário-mínimo corresponde à R\$ 1.045,00.

4.3 Raça, Gênero e as Relações Públicas

Existe um paradoxo no que tange as temáticas “Raça”, “Gênero” e as “Relações Públicas” pois, como mencionado anteriormente verificou-se que 78% da indústria é feminina, de acordo com um levantamento de Samyr Paz veiculado pelo Blog Todo mundo Precisa de um RP (2014). Entretanto, segundo Saha (2017), um levantamento do The Holmes comprovou que apenas 30% dos cargos de liderança são ocupados por mulheres. Quanto aos rendimentos salariais, o mesmo levantamento comprovou que americanos ganham, em média, US \$ 6.072 a mais que americanas por ano e quando existe comparação entre raça e gênero, bem como o cenário nacional apresentado antes, a disparidade é ainda maior, sendo que afro americanos ganham em média US \$ 9.302 a menos que pessoas brancas. Ainda que a mulher já tenha conquistado expressiva representatividade na área de Relações Públicas, estas profissionais também são vítimas de estruturas organizacionais machistas, e muitas vezes, preconceituosas, onde seu trabalho é desvalorizado e subjugado em detrimento ao de homens, cujo reflexo de tal discriminação pode ser observado na remuneração e ascensão de mulheres à cargos de liderança.

Segundo Kunsch (2009), o estabelecimento da área de Relações Públicas teve sua origem pautada em um regime ditatorial, manipulador e antidemocrático, sendo a Ditadura Militar. Um levantamento realizado por Scheid e Quadros (2014) com pesquisadores da área de comunicação apresentou as seguintes conclusões a respeito das consequências da atuação dos relações-públicas durante a Ditadura Militar:

- Diferentemente dos jornalistas, pouco se ouviu falar da atuação dos profissionais de Relações Públicas em defesa da liberdade de expressão, ética e transparência, pois os Relações Públicas não atuavam como articuladores, no papel de gestor da comunicação. (SCHEID; QUADROS, 2014).

- Devido a estas funções e o comando dos setores responsáveis pelas Relações Públicas governamentais estar nas mãos dos generais e coronéis militares, os comunicadores desta área acabaram por serem vistos como parte articuladora do regime, profissionais a serviço da ditadura militar. Como se observa nas entrevistas realizadas, esta visão prejudicou o desenvolvimento da profissão perante o mundo corporativo. (SCHEID; QUADROS, 2014).

Em tal caso é possível afirmar que desde seu estabelecimento durante a Ditadura Militar a área de Relações Públicas pouco explora questões éticas e sociais,

e não obstante, mesmo após sua regulamentação ainda precisa reafirmar sua importância ao mundo corporativo.

Diante disso, concorda-se que grupos erroneamente considerados minorizados como mulheres negras, por exemplo, sofrem diretamente as consequências dos resquícios deixados pela atuação dos relações-públicas durante o regime militar, podendo ser observadas nas experiências de convívio social, acesso em oportunidades e ascensão a posições de liderança no mercado de trabalho.

5 PESQUISA APLICADA

Este capítulo tem por objetivo apresentar os procedimentos metodológicos que embasaram a pesquisa prática deste estudo. Para tanto, a construção deste capítulo teve as contribuições de Marconi e Lakatos (1991) e Gill (2008).

Os elementos que serão apresentados são: Problema, hipóteses, justificativa, objetivos, os instrumentos que serão utilizados para a coleta de dados, o roteiro da entrevista, bem como, as principais características do objeto de estudo da pesquisa prática.

5.1 Problema

Segundo Lakatos e Marconi (1991), o problema de um estudo consiste em formular um enunciado objetivo e de fácil compreensão, cujo sua solução pode ser obtida por meio de pesquisas e ou processos científicos. Desta forma as problemáticas que norteiam este estudo são:

1. Quais as perspectivas e desafios uma profissional de Relações Públicas negra pode esperar para o estabelecimento de sua carreira?
2. Por que mulheres têm rendimentos inferiores à de homens, mesmo exercendo as mesmas atividades?
3. Por que mesmo configurando maioria em nível populacional, acadêmico e nas práticas de relações públicas mulheres ainda não atingiram parcela significativa em papéis de liderança nas organizações?
4. Como a área de Comunicação e Relações Públicas pode contribuir para a equidade racial e de gênero nas organizações?

Diante disso, tais problemáticas foram desenvolvidas na tentativa de estabelecer, na perspectiva das entrevistadas, possíveis soluções para os desafios que afligem mulheres negras em âmbito econômico e social.

Ao passo que as problemáticas são estipuladas, ao mesmo tempo, existem pressupostos que podem solucioná-las, estes podem ser compreendidos como hipóteses.

5.2 Hipóteses

As hipóteses, de acordo com Lakatos e Marconi (1991), são respostas efêmeras, e ainda assim, prováveis as problemáticas levantadas por um estudo. Tendo isso em vista, as hipóteses da pesquisa prática deste estudo são:

1. Dentre as perspectivas positivas é possível mencionar a abertura da área de Comunicação e Relações Públicas para o público feminino, entretanto um dos maiores desafios é convergir com estruturas organizacionais pautadas em princípios conservadores e muitas vezes preconceituosos, impossibilitando que mulheres se insiram nestes espaços e alcancem cargos de liderança.
2. A respeito dos rendimentos de mulheres que não se equiparam a de seus pares masculinos, mesmo exercendo as mesmas atividades, pode ser justificado pela reprodução do machismo que incorpora as estruturas de muitas organizações.
3. O baixo percentual de mulheres que ocupam cargos de lideranças nas organizações é procedente também do machismo presente nas estruturas organizacionais.
4. Dentre as contribuições que a área de Comunicação e Relações Públicas podem ofertar para a equidade racial e de gênero nas organizações, merecem destaque os Princípios de Excelência de James Gruning, com suas contribuições para a excelência de unidades que atuam com comunicação, e por seu incentivo às práticas de inserção da diversidade nas organizações.

O embasamento das hipóteses foi feito por meio da pesquisa bibliográfica que compõe este estudo.

Definido as problemáticas e pressupondo as hipóteses, se faz necessário pensar as motivações que dariam início a sua aplicabilidade, a justificativa para sua execução.

5.3 Justificativa

De acordo com Oliveira (2011), na justificativa de um projeto deve conter a escolha do tema, sua delimitação, além da proximidade que o pesquisador tem com este. Desta forma, procura-se aqui legitimar a importância deste estudo não só em âmbito acadêmico, mas também social.

Durante o desdobramento deste estudo, verificou-se que mulheres configuram 51,7% da população brasileira, e possuem uma probabilidade 25% maior de concluir sua graduação e, ainda assim, não configuram um papel de protagonismo mercado de traba. Estas têm suas atividades subjugadas em detrimento a de homens, recebem salários que correspondem a 3/4 do rendimento de seus pares masculinos.

A respeito da intersecção entre raça, gênero e o mercado de comunicação e relações públicas, o cenário não é promissor. Ainda que a maioria da indústria de Relações Públicas seja feminina, mulheres ocupam apenas 30% dos cargos de liderança nas organizações. Devido as estruturas organizacionais pautarem suas diretrizes em valores conservadores e, até mesmo, preconceituosos, segundo Sintra e Eva (2016), mulheres negras têm mais dificuldades de inserção no mercado, seus rendimentos econômicos são inferiores à de pessoas brancas e ainda passam por situações de discriminação racial em ambientes mercadológicos.

Apesar do cenário negativo, verificou-se que teorias de relações públicas como a Teoria de Excelência de James Grunig (2011), os preceitos de Mediação de Conflitos de Roberto Porto Simões (1995) e a Comunicação não Violenta de Marshall Rosenberg (2006) podem efetivamente contribuir com o combate à discriminação racial e de gênero na sociedade.

Em face de tal cenário, se faz necessário desenvolver uma pesquisa aplicada com profissionais de relações públicas afim de compreender, na perspectiva das entrevistadas, a atribuição das desigualdades econômicas e sociais que afligem mulheres negras que atuam no mercado de comunicação e relações públicas, além de compreender as contribuições que as entrevistadas percebem no mercado de comunicação e relações públicas para a promoção de equidade racial e de gênero em âmbito mercadológico e social.

Além de compreender os desafios e perspectivas que uma profissional de Comunicação e Relações públicas negra pode esperar do mercado, almeja-se compreender outros aspectos, estes podem ser compreendidos com a delimitação

dos objetivos específicos da pesquisa aplicada. Lakatos e Marconi (1991), a respeito dos objetivos de um projeto sugerem que todo estudo deve possuir objetivo(s) definidos para facilitar não só o processo e busca, mas também a avaliação dos resultados.

5.4 Objetivos

Os objetivos de um estudo estão subdivididos entre Objetivo Geral e Específicos, delimitações que facilitam a mensuração dos resultados. Sobre objetivos gerais, na compreensão de Lakatos e Marconi (2003), são objetivos mais abrangentes e norteiam o cerne do estudo, ou seja, estão atrelados a principal pergunta que pauta o estudo. Sendo assim, o objetivo geral da pesquisa é compreender os desafios e perspectivas da atuação de uma mulher negra no mercado de trabalho de Comunicação e Relações Públicas.

Já os objetivos específicos para Lakatos e Marconi (2003), são mais concretos e visam não só atingir o objetivo geral do estudo, mas também aplicá-lo em ocasiões específicas. Diante disso, os objetivos específicos da pesquisa são:

1. Conhecer o perfil de atuação profissional da entrevistada (formação acadêmica, experiência profissional, competências, habilidades e atividades desempenhadas);
2. Compreender os desafios e oportunidades que a área pode oferecer a mulheres negras;
3. Identificar políticas diversidade na organização em que a profissional atua e as contribuições que a área de Comunicação e Relações Públicas podem oferecer à equidade de gênero, na perspectiva da profissional.

Para a aplicabilidade de uma pesquisa existe a necessidade de estabelecer procedimentos metodológicos, tais como: o tipo de pesquisa, o método utilizado e as técnicas para sua realização. Esses processos colaboram para que a pesquisa atinja seus objetivos.

5.5 Procedimentos Metodológicos

Os procedimentos metodológicos que embasarão a pesquisa prática deste estudo correspondem ao estabelecimento de uma tipologia, método, técnica e amostra e coleta de dados da pesquisa.

5.5.1 Tipologia da Pesquisa

Gil (2008) esclarece que uma pesquisa pode ser compreendida como uma sequência de processos pautados em métodos científicos. Segundo Gil (2008), existem três grupos de pesquisas que usualmente podem embasar estudos, sendo elas: Pesquisa Descritivas, Explicativas e Exploratórias. Dentre os três grupos listados, verificou-se que a Pesquisa Exploratória apresentou-se mais adequada a este estudo, tendo em vista seu caráter flexível no que diz respeito ao planejamento da pesquisa, seu embasamento em estudos bibliográficos posteriores, além de suas contribuições para o esclarecimento de problemáticas estabelecidas.

Haja vista que todas as características que correspondem a Pesquisa Exploratória têm ligação com o desdobramento deste estudo, pois, houve a necessidade de promover estudos bibliográficos sobre temáticas como Gênero, Raça, Comunicação e Relações públicas; espera-se que a dinâmica da pesquisa se flexibilize a ponto de atender a disponibilidade dos entrevistados e acredita-se que com a coleta de dados seja possível obter respostas efetivas para as problemáticas estabelecidas.

5.5.2 Metodologia da Pesquisa

Dentre os métodos mais utilizados para a realização de uma pesquisa destacam-se a Pesquisa Quantitativa e Pesquisa Qualitativa. De acordo com Gil (2008), a pesquisa Quantitativa geralmente é utilizada em levantamentos e pesquisas experimentais e seus procedimentos analíticos podem ser estabelecidos com antecedência. A pesquisa qualitativa, por sua vez, não possui procedimentos e ou fórmulas estabelecidas, sua análise varia de acordo com o perfil do pesquisador e o cenário que este se encontra.

Tendo em vista que a pesquisa será dirigida a poucas pessoas com um perfil específico compreende-se que o método mais coerente a realização da pesquisa é o método Qualitativo. Segundo Gil (2008), a análise de uma pesquisa qualitativa pode ser desenvolvida por meio de três etapas sequências:

Redução – Responsável por selecionar e simplificar os dados obtidos por meio da pesquisa. Durante a Redução se faz necessário estabelecer categorias e orientá-las para facilitar o processo de verificação das conclusões elevadas. Ainda que a redução corresponda a primeira etapa do processo da análise esta continua até a mensuração dos resultados obtidos.

Apresentação – Tem por finalidade organizar os dados selecionados a fim de identificar semelhanças e diferenças nestes. Na etapa da apresentação podem surgir outras categorias de análise, além das que já foram selecionadas na redução.

Conclusão/Verificação – Seu propósito é elaborar considerações a respeito dos dados obtidos. Durante a conclusão verifica-se a validade dos dados obtidos.

Contudo, além de seu caráter seletivo no que diz respeito ao público entrevistado, a análise dos dados coletados em uma pesquisa qualitativa configura-se mais apropriada a pesquisa deste projeto visto que a entrevista será realizada a fim de compreender a perspectiva dos entrevistados sobre temáticas específicas e espera-se que tais perspectivas sejam pontuais, assim sendo, será necessário aplicar as técnicas de interpretação de dados listadas acima, a fim de desenvolver análises coerentes a respeito dos dados coletados.

5.5.3 Técnica da Pesquisa

O desdobramento de uma entrevista é cercado de vantagens como: sua efetividade no alcance de informações pertinentes ao convívio social; a possibilidade de categorizar e até mesmo quantificar os dados coletados; quando comparada ao questionário, não exige que o entrevistado seja letrado; promove um alcance maior de resultados, visto que é mais comum uma negativa a um questionário do que a entrevistas, além de promover resultados assertivos devido a possibilidade do entrevistador esclarecer dúvidas que possam surgir durante o desdobramento da entrevista. Entretanto, dentre as desvantagens de uma entrevista é possível citar: a desmotivação do entrevistado para com o desdobramento da entrevista; a

possibilidade de respostas falsas, as influências exercidas pelo entrevistador e os custos que norteiam uma entrevista.

O nível de estruturação de uma entrevista pode ser definido em função da obtenção de suas respostas, ou seja, entrevistas mais estruturadas seguem métodos e ou modelos pré-estabelecidos, em contrapartida, os métodos de uma entrevista semiestruturada podem ser estabelecidos durante o seu desdobramento.

Gil (2008) explica que existem seis classificações de níveis estruturais para o desdobramento de uma entrevista, sendo elas: Entrevista Informal, Entrevista Focalizada, Entrevista por Pauta, Entrevista Estruturada, Entrevista Face a Face ou por Telefone e Entrevistas Individuais ou em Grupo, dentre as possibilidades de entrevistas citadas destaca-se a entrevista por pautas, visto que esta permite que o entrevistado exponha livremente suas concepções, com tanto que estas não excedam a delimitação da temática estabelecida pelo entrevistador.

Diante desse cenário compreende-se que a Entrevista por Pauta é a mais adequada para a pesquisa já que esta permitirá ao entrevistado expor livremente suas ponderações. Entretanto, existirá uma delimitação de temáticas que conduzirão a entrevista, essas temáticas podem ser estabelecidas por meio de um roteiro de entrevista.

A dinâmica da entrevista está diretamente relacionada a disponibilidade do entrevistado, desta forma, na tentativa de adequar a entrevista a tal disponibilidade além da entrevista presencial, existe a possibilidade de esta ser feita por telefone e ou chamada de vídeo.

5.5.4 Amostra da Pesquisa

Segundo Gil (2008), uma amostra corresponde a uma parcela da totalidade. Quando um pesquisador define uma amostra para seu estudo, espera-se que esta represente de forma efetiva sua totalidade. De acordo com Gil (2008) existem oito modalidades de amostras sendo elas: Amostragem Aleatória Simples, Amostragem Sistemática, Amostragem Estratificada, Amostragem por Conglomerados, Amostragem Por Etapas, Amostragem por Acessibilidade ou por Conveniência, Amostragem por tipicidade ou intencional e Amostragem por Cotas. A face das concepções de Gil (2008) a respeito das modalidades de amostra citadas, compreende-se que a mais apropriada a pesquisa prática deste estudo é a

Amostragem por Acessibilidade ou por Conveniência, visto que sua característica primordial é o aceite do indivíduo. Todo o desdobramento da pesquisa será realizado em função do aceite e disponibilidade da entrevistada. Desta forma, a amostra da pesquisa aplicada é composta por um grupo de 06 mulheres negras e empreendedoras da área de Comunicação e Relações Públicas, sendo elas:

A amostra da pesquisa aplicada é composta por um grupo de 06 mulheres negras e empreendedoras, sendo elas:

- Julia De Miranda, 32 anos, solteira, formada em Jornalismo pela Universidade Católica Dom Bosco, em 2010. Empreende há mais de 10 anos em áreas como produção audio-visual e de conteúdo, concomitantemente, atua como colunista no Azmina²³ O primeiro contato com a entrevistada ocorreu no dia 27 de agosto de 2020 via Direct no Instagram²⁴, já a entrevista foi realizada via Zoom²⁵ no dia 02 de setembro de 2020.
- Alyne Cristine, 24 anos, solteira, formada em Jornalismo pela FAPCOM - Faculdade Paulus de Tecnologia e Comunicação, em 2018. Cofundadora do Preta Comprando de Preta, empresa fundada em 2015, cujo objetivo é aproximar afro empreendedores de seus respectivos públicos de interesse. Para tanto, a organização oferta assessorias, consultorias e cursos de marketing digital. Além de seu empreendimento, Alyne também atua como Assistente de Planejamento na Natura. O primeiro contato com a entrevistada foi realizado dia 02 de setembro, via direct no Instagram, e a entrevista, por sua vez, ocorreu no dia 05 de setembro de 2020, via Google Meet²⁶.
- Luíze Tavares, 24 anos, solteira, formada em Relações Públicas pela FECAP – Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado, em 2019. Cofundadora do Perifacon, evento de Cultura Geek²⁷ itinerante realizado em periferias da cidade de São Paulo/SP. A entrevista ainda desempenha funções que correspondem a sua área de formação como: assessoria de imprensa, planejamento estratégico e produção de eventos. O primeiro contato com Luíze ocorreu em

²³ Veículo jornalístico digital que promove discussões e reflexões sobre temáticas do Movimento Feminista.

²⁴ Rede Social.

²⁵ Plataforma que realiza chamadas de vídeo conferências.

²⁶ Plataforma que oferta serviços de comunicação por vídeo.

²⁷ Pessoas que se interessam por tecnologia, jogos digitais, histórias em quadrinhos, mangás etc.

27 de agosto de 2020, via direct no Instagram, e a entrevista no dia 08 de setembro de 2020, via Zoom.

- Leila Evelyn, 24 anos, solteira, formada em Relações Públicas pela Faculdade Paulus de Tecnologia e Comunicação em 2018. Cofundadora do Preta Comprando de Preta e analista de Relações Públicas no Boticário. Dentre suas principais áreas de atuação no Preta Comprando de Preta e seu cargo de analista, destacam-se as áreas correlatas à criação e planejamento. O primeiro contato com a entrevistada ocorreu dia 02 de setembro de 2020 e a entrevista, 14 de setembro de 2020.
- Mariana Nascimento, 41 anos, casada, formada em Sistemas de Informação pela UNIVILLE - Universidade da Região de Joinville. Mariana distanciou-se de sua área de formação e é uma afro empreendedora no segmento de beleza e cuidados com a pele negra há 8 anos. Dentre as principais áreas de sua atuação é possível citar criação de conteúdo. O primeiro contato com Mariana ocorreu no dia 15 de setembro de 2020, via WhatsApp²⁸, já a entrevista ocorreu em 22 de setembro de 2020 também via WhatsApp.
- Adriane Nascimento, 37 anos, solteira, formada em Jornalismo pela CEUNSP – Centro Universitário Nossa Senhora do Patrocínio em 2011. CEO da Maktube Comunicação, empresa que atua há 8 anos com assessoria de imprensa, consultoria de comunicação e produção de conteúdo. O primeiro contato com a entrevistada ocorreu dia 25 de setembro de 2020 via WhatsApp e a entrevista no dia 01 de outubro de 2020, via Zoom.

Antes da realização das entrevistas, independentemente da plataforma utilizada, todas as entrevistadas receberam um link de acesso a um Termo de Autorização para a utilização das informações coletadas durante a entrevista, o Termo de Autorização pode ser visualizado no Apêndice I.

²⁸ Aplicativo de mensagem.

5.6 Coleta De Dados

Como sugere Gil (2008), o desenvolvimento de um roteiro está diretamente relacionado ao tipo de entrevista que será realizado. Uma entrevista informal dispensa a necessidade de um roteiro de perguntas, pautando-se apenas a tópicos de interesse do entrevistador, em contrapartida, uma entrevista estruturada demanda um roteiro de perguntas para facilitar o processo de análise de dados.

Haja vista que a modalidade da entrevista desta pesquisa tem características semiestruturais, existe a necessidade de designar um roteiro com pautas e questionamentos que serão destinados às entrevistadas. Desta forma, o roteiro da entrevista pode ser observado na tabela 2:

Tabela 2 – Roteiro da Entrevista

Perfil	Experiências Profissionais	Diversidade no Mercado de Comunicação e Relações Públicas.
Nome	Dificuldades de se inserir no mercado de trabalho	Mudanças observadas no decorrer dos anos para a inserção de pessoas negras no mercado de trabalho.
Idade	Principais áreas de atuação	Políticas de diversidade na organização
Estado Civil	Desafios que ultrapassou para consolidar sua carreira profissional	Ações de Comunicação e Relações Públicas para a promoção de diversidade em organizações
Formação Acadêmica	Oportunidades que teve acesso para consolidar sua trajetória profissional	Aspectos da cultura organizacional
Data de Formação	-	Tratamento diferenciado da mulher negra em organizações
Instituição de Ensino	-	Participação da mulher em cargos de liderança na organização
Tempo no cargo ocupado	-	O Papel da Comunicação e Relações Públicas para a promoção de equidade racial e de gênero na sociedade.

Fonte: Elaborado pela autora.

6 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS

Como mencionado anteriormente, para a coleta de dados fora elaborado um roteiro. Este por sua vez, foi subdividido em três partes fundamentais, sendo elas: Perfil, Experiências Profissionais e Diversidade no Mercado de Comunicação e Relações Públicas.

6.1 Perfil

- Idade:

Verificou-se que a idade varia entre 24 e 41 anos. Ainda que as profissionais sejam jovens, todas possuem uma carreira consolidada em suas respectivas áreas de atuação.

- Estado Civil:

A maioria delas é solteira, tal fato pode estar associado a idade, haja vista, que a maioria é jovem.

- Formação Acadêmica:

Apenas duas das seis entrevistadas são Relações-Públicas, este dado tem relação com as considerações de Ferrari e Grohs (2017) quando estas sugerem existir uma baixa demanda de alunos para o curso de Relações Públicas. Ainda sobre a área de formação, três entrevistadas são Jornalistas e uma é Analista de Sistemas, mas empreende no segmento de Comunicação e Marketing há mais de oito anos.

- Localidades onde Atuam:

Acerca da localidade onde estas profissionais atuam observou-se que a maioria optou por regiões metropolitanas. Tal resultado pode estar relacionado ao fato de que, segundo Gerbelli (2018), regiões metropolitanas como a de São Paulo são consideradas referências em ofertas de trabalho.

6.2 Experiências Profissionais

- Dificuldades De Se Inserir No Mercado De Trabalho:

Nenhuma delas sentiu dificuldade em se inserir no mercado de trabalho, tal fato pode estar associado à oferta de estágios nas áreas de Comunicação e Relações Públicas.

- Experiências Profissionais Em Organizações:

A maioria das empreendedoras atuou em grandes corporações nacionais e internacionais como a Nissan Brasil, o Boticário, Mary Kay e Natura, tal fato pode ser justificado pelas políticas de promoção da diversidade comuns entre grandes corporações.

- Principais Áreas De Atuação:

Entre as áreas de atuação citadas, destacam-se a produção audiovisual e de conteúdo, planejamento estratégico, assessoria de imprensa, comunicação organizacional e relações governamentais. Os dados coletados neste estudo assemelham-se ao levantamento veiculado pelo Blog Todo Mundo Precisa de um RP (2014), citado previamente na pesquisa teórica, cujas considerações esclarecem que é comum identificar relações-públicas atuando com produção de conteúdo e ou planejamento estratégico.

- Desafios Que Ultrapassou Para Consolidar Sua Carreira Profissional:

Dentre os desafios relatados pelas profissionais é possível citar a construção de autoconhecimento, bem como o empoderamento feminino. Estas inteligências emocionais, como esclarece por Berth (2019), são imprescindíveis a profissionais negras que almejam conquistar espaços antes não ocupados por estas.

Outro ponto relatado por parte significativa das entrevistadas é a decisão entre empreender ou consolidar uma carreira profissional dentro de uma organização.

Parcela expressiva de participantes indicaram ser fundamental o desenvolvimento de mecanismos que possam combater de forma efetiva as discriminações afligidas a mulheres que atuam em organizações. Lago (2019) reforça esta demanda visto que o ambiente corporativo é onde mais ocorrem condutas excludentes e até mesmo violentas.

Fração considerável de entrevistadas promoveram críticas a escassa referência de profissionais negros em ambientes acadêmicos, tem-se o relato de uma

das empreendedoras que alegou ter tido contato com apenas um docente em toda a sua trajetória acadêmica.

Ser uma afro empreendedora no Brasil também foi uma barreira mencionada pelas entrevistadas. Neste sentido, o estudo teórico aferiu que há uma baixa adesão de profissionais de relações públicas para com o empreendedorismo (Blog Todo Mundo Precisa de um RP 2014).

- Oportunidades Que Teve Acesso Para Consolidar Sua Trajetória Profissional:

Uma das entrevistadas indicou a possibilidade em atuar onde não há ampla oferta do serviço no mercado. Para tanto, profissionais devem identificar novas oportunidades de negócio analisando contexto e tendências de mercado. Faz-se necessário ainda, reconhecer suas próprias competências profissionais para suprir estas demandas.

Parte significativa das empreendedoras sugeriu a prestação serviço para organizações/instituições de renome. Já se tornou conhecimento de domínio público que atuar junto a organizações de renome promove destaque a um currículo profissional.

Capacitações técnicas e teóricas também foram citadas pelas participantes. Uma delas relatou que ter acesso à uma bolsa de estudo na SandBox Escola Estratégica²⁹ foi imprescindível para a notoriedade seu currículo profissional.

Constatou-se também que indicações profissionais foram caminhos importantes para a construção da carreira das entrevistadas. Segundo Braga (2019), cerca de 60% das vagas preenchidas no País são realizadas por meio de indicações de terceiros, ou seja, a rede de relacionamentos profissionais (networking) contribui para oportunizar o ingresso no mercado de trabalho.

²⁹ Renomada instituição de ensino prático.

6.3 Diversidade no Mercado de Comunicação e Relações Públicas

- Mudanças Observadas para a Inserção de Pessoas Negras no Mercado de Trabalho:

Uma das participantes indicou que não viu avanços significativos e que a mulher negra ainda ocupa o último estágio da pirâmide social, abaixo do homem negro, mulher branca e homem branco. No mesmo sentido, Estarque e Camazano (2019), em seus estudos, também verificaram que mulheres brancas estão em posição superior a mulheres negras no que se refere à rendimentos salariais.

Processos seletivos específicos para pessoas negras foi amplamente citado entre as entrevistadas. Entretanto, ressalta-se a importância em aferir a real intenção da organização na seleção, tendo em vista que, com base nas explicações de Peruzzo (2019), algumas corporações investem na diversidade visando apenas o lucro. Quando a valorização da diversidade não faz parte da essência do negócio ou de uma política de responsabilidade social da empresa em de longo prazo, é comum ver pessoas negras ocupando apenas cargos operacionais sem perspectiva de alcançar cargos de liderança.

A área de Jornalismo foi retratada como elitista e sem avanços significativos para a inserção de pessoas negras. A exemplo deste fato, é possível citar a dificuldade em identificar profissionais negras em papéis de destaque.

Apesar das perspectivas negativas no que tange os avanços para a inserção de pessoas negras no mercado, todas as profissionais concordam que iniciativas como processos seletivos específicos para pessoas negras, podem ser compreendidos como um ato de reparação histórica, pois, de acordo com Lopes (2008) após a abolição da escravidão no Brasil não houve nenhuma iniciativa de inserção da população negra na sociedade. Diante disso, estes foram submetidos aos mais baixos patamares de ambientes socioeconômicos e tal fato ainda é perceptível na atualidade brasileira.

- Políticas de Diversidade na Organização:

Todas as participantes relataram ter tido contato com políticas de diversidade em sua trajetória profissional. Duas empreendedoras expuseram que em seus empreendimentos existe uma atenção específica para a integração da diversidade racial e de gênero.

- Ações de Comunicação e Relações Públicas para a Promoção de Diversidade em Organizações:

A maioria das entrevistadas citou as iniciativas do Movimento Negro, reconhecidas por denunciar e promover o debate crítico de temáticas raciais.

Um case comentado por uma das entrevistadas foi o processo seletivo de trainee 2020 do Magazine Luiza. Esta seleção tornou-se polêmica devido a sua iniciativa em contratar apenas pessoas negras, que futuramente serão designadas à cargos de liderança na organização. Após diversas críticas e até mesmo ações judiciais voltadas à organização, segundo Barrucho (2020), o Magazine Luiza veio à público e expôs que apenas 16% dos cargos de liderança da organização são ocupados por pessoas negras e a seleção tinha o intuito de promover diversidade à organização.

Uma das relações-públicas se posicionou de forma crítica para com sua área de atuação, alegando que os Conselhos (Conferp e Conrerp), considerados lideranças para a área, se omitem com relação as temáticas sociais e econômicas do País, portanto, não vê iniciativas destas lideranças para a promoção de diversidade, seja ela racial e ou de gênero.

- Aspectos da Cultura Organizacional:

A maioria das entrevistadas alegou que o clima organizacional de grandes corporações é tóxico devido à competição entre os funcionários e a falta de representatividade negra. Todavia, quando a organização tem a iniciativa em desenvolver uma cultura participativa, segundo Grunig (2011), os funcionários desenvolvem um sentimento de pertencimento contribuindo assim com um nível de excelência à organização.

- Tratamento Diferenciado da Mulher Negra em Organizações:

Todas as entrevistadas alegaram ter sofrido algum tratamento diferenciado por serem mulheres negras. Um exemplo comentado foi a preferência de homens por contratar seus pares.

Outra situação descrita é a convocação de pessoas negras a reuniões somente quando a pauta é Preconceito Racial, desconsiderando suas competências profissionais limitando-o a uma prática discriminatória.

Parte significativa das entrevistadas relatou que existe, mesmo que de maneira velada, dúvidas acerca das competências técnicas de uma profissional negra no desempenho de suas atividades, ou seja, preconceitos em relação à forma como a

mulher negra alcançou uma posição de liderança. Na tentativa de combater essa realidade, as profissionais reforçam a necessidade de se impor e questionar essa forma de tratamento.

Ademais, uma das empreendedoras relatou que pessoas brancas ainda se chocam ao vê-la em posição de liderança na organização. Este fato pode estar associado à falta de representatividade negra em cargos de liderança, bem como estruturas organizacionais pautadas em conservadorismo e preconceito racial.

- Participação da Mulher em Cargos de Liderança:

Todas as participantes atuaram em organizações onde havia mulheres ocupando cargos de liderança, entretanto, a presença destas mulheres não corresponde ao panorama populacional do País, citado na pesquisa teórica, onde segundo Shah (2017) apenas 30% do público feminino ocupa cargos de liderança.

- O Papel Da Comunicação E Relações Públicas Para A Promoção De Equidade Racial E De Gênero Na Sociedade:

A área de jornalismo tem um papel fundamental para a denúncia de atos que envolvem preconceito racial e ou de gênero, visto que, está se tornando cada vez mais comum a divulgação de práticas discriminatórias na internet.

Outra iniciativa destacada por uma das entrevistadas é fazer com que pessoas brancas compreendam que estão sendo beneficiadas pela perpetuação da supremacia branca³⁰

Na área de Relações Públicas, a mediação de conflitos foi citada como uma estratégia fundamental para solucionar conflitos comuns à sociedade contemporânea brasileira. Além disso, uma relações-públicas acredita que organizações cujo setor de comunicação reportam-se diretamente à gestão, estão mais capacitadas a desenvolver peças de comunicação com foco na promoção da diversidade. Grunig (2011) reforça tal posição com o sexto princípio de sua Teoria da Excelência.

³⁰ Prática de racismo focada na crença e promoção de que pessoas brancas são superiores à negras, portanto, devem ocupar posições de liderança em diversos ambientes socioeconômicos.

7 CONCLUSÃO

Com o desenvolvimento deste projeto verificou-se que o movimento negro vem contribuindo a vida da população negra desde a abolição da escravatura.

A influência do Feminismo Negro despertou em mulheres negras uma consciência crítica capaz de muní-las de informações e motivação para que estas pudessem lutar por seus direitos, e essas lutas foram recompensadas com a implementação de leis que promovem a garantia dos direitos de todas as mulheres negras. Houve avanços em todas as áreas do setor público, entretanto, a proporção de poder que a extrema direita obteve com a eleição de Jair Messias Bolsonaro, alarma ativistas do movimento negro, pois como citado antes, alguns dos avanços já conquistados foram subtraídos em menos de um ano da gestão de Jair Bolsonaro, contudo, a expansão do empoderamento feminino negro mostrou ser resiliente e capaz de ofertar às mulheres mecanismos que possam transformar muitas realidades.

Com o desdobramento do estudo teórico foi possível verificar também que a intersecção entre raça, gênero e o mercado de comunicação e relações públicas, promove diversas reflexões tanto positivas quanto negativas. Observou-se que organizações incorporam a diversidade em suas estruturas visando apenas o lucro, estruturas organizacionais perpetuam machismo e o preconceito racial ao desvalorizar economicamente a posição de mulheres em organizações. Entretanto, ressalta-se que a aplicação das contribuições teóricas das Relações Públicas para a promoção da equidade racial e de gênero nas organizações, tais como: as considerações de Roberto Porto Simões (1995) a respeito da Mediação de Conflitos em organizações, a Teoria da Excelência de James Grunig (2011) sobre as práticas necessárias para estabelecer unidades de relações públicas excelentes e a Comunicação Não Violenta de Marshall Rosenberg (2006) que pode contribuir para a redução de conflitos.

No transcorrer da pesquisa aplicada foi possível reforçar algumas hipóteses acerca da relação entre o mercado de comunicação e a diversidade.

Entre os principais resultados obtidos acerca do perfil das entrevistadas verificou-se que a maioria das mulheres são jovens afro empreendedoras, que atuam em regiões metropolitanas como a de São Paulo, e parte significativa segmentaram seus respectivos empreendimentos para atender a público negro e periférico.

Quanto às suas experiências profissionais, nenhuma delas sentiu dificuldade de se inserir no mercado de trabalho, todas já atuaram em organizações de renome

em áreas como: produção audiovisual e de conteúdo, planejamento estratégico, assessoria de imprensa, comunicação organizacional e relações governamentais.

Entre os principais desafios descritos pelas participantes para consolidar suas respectivas carreiras profissionais, destacam-se a construção do empoderamento feminino, a decisão entre empreender e consolidar uma carreira profissional em uma organização, o desenvolvimento de mecanismos capazes de combater de forma efetiva as discriminações raciais comum também em ambientes corporativos, a escassa referência de profissionais negros em ambientes acadêmicos além dos empecilhos para empreender no Brasil.

Sobre as oportunidades que estas profissionais acreditam ter sido fundamentais para a consolidação de suas carreiras evidencia-se a possibilidade de atuar em áreas onde não há ampla oferta do serviço no mercado, atender organizações/instituições de renome, capacitações técnicas e o networking.

Com relação as mudanças observadas para a promoção de diversidade nas organizações, concluiu-se que parte significativa das entrevistadas acredita que a mulher negra ainda ocupa o último estágio da pirâmide social com rendimentos inferiores ao de mulheres brancas.

A área de jornalismo foi considerada elitista e sem avanços para a inserção de pessoas negras, entretanto, políticas de promoção da diversidade, como processos seletivos específicos a pessoas negras podem contribuir positivamente para tal inserção, sendo compreendidos como atos de reparação histórica.

Sobre a identificação de políticas de diversidade em organizações, todas as entrevistadas relataram ter tido contato com políticas com este objetivo, duas empreendedoras relataram que compreendem a sua importância e priorizam a integração da diversidade racial e de gênero em suas organizações. Na mesma linha, as principais ações de Comunicação e Relações Públicas citadas para a promoção de diversidade nas organizações são a mobilização do Movimento Negro e o Processo Seletivo de Trainee 2020 do Magazine Luiza.

Com relação aos aspectos da cultura organizacional onde as participantes atuaram, foi possível concluir que a maioria julga ser tóxico o clima organizacional de grandes corporações, devido a competição extrema entre os funcionários e a falta de representatividade negra.

Outro dado relevante para o estudo comprova que todas as entrevistadas já receberam alguma forma de tratamento diferenciado por serem mulheres negras.

Dentre os principais exemplos expostos é possível citar a preferência de homem em contratarem seus pares masculinos em processos seletivos, a convocação de pessoas negras apenas para reuniões onde a pauta é preconceito racial desconsiderando suas competências técnicas para debater outras temáticas e o choque de algumas pessoas ao ver pessoas negras em cargos de liderança.

Acerca da representatividade feminina nas organizações, todas puderam citar exemplos de tal representatividade, contudo, é fato que mulheres não configuram porcentagem expressiva em cargos de liderança em diversas áreas do setor econômico.

Sobre o papel da área de Comunicação e Relações Públicas para a promoção de equidade racial e de gênero na sociedade, verificou-se que a área de jornalismo tem um papel fundamental para a denúncia de atos preconceitos, é urgente a necessidade de pessoas brancas reconhecerem que estão sendo privilegiadas pela perpetuação da supremacia branca, a área relações públicas por meio da mediação pode contribuir de forma efetiva para a resolução de conflitos comuns à sociedade brasileira e setores de comunicação que reportam-se diretamente à gestão de uma organização têm maior capacidade de desenvolver peças de comunicação efetivas para a produção de equidade na sociedade.

Concluindo, com o desdobramento da pesquisa aplicada observou-se que o principal desafio para o seu desenvolvimento foi identificar profissionais que correspondessem ao perfil do objeto de estudo, ou seja, mulheres negras que ocupam cargos de liderança em organizações. Em virtude deste seletivo perfil não foi possível atingir a meta estipulada na amostra (10 participantes), entretanto, o fato de não identificar com facilidade mulheres que correspondessem a este perfil, comprova as considerações expostas no levantamento teórico onde mulheres ocupam apenas 30% dos cargos de lideranças em organizações.

Finalizando, se faz necessário um aprofundamento literário embasando-se nas seguintes publicações: História Econômica Do Período Colonial, A Luta Contra O Racismo no Brasil, Desigualdade Racial No Brasil: Causas E Consequências, Transição e Exclusão: O Negro No Mercado De Trabalho em São Paulo Pós-Abolição, Quilombola e Intelectual: Possibilidade Nos Dias de Destruição, Primavera Para As Rosas Negras e Por Um Feminismo Afro-Latino-Americano. Além do embasamento teórico, sugere-se também a ampliação da pesquisa aplicada. Ao realizar o

levantamento em formato quantitativo será possível compreender de forma assertiva a intersecção entre raça, gênero e o mercado de Comunicação e Relações.

8 REFERÊNCIAS

ABRAHÃO, Jéssica. et. al. Liderança Feminina: O Espectro da Masculinização das Mulheres e os Desafios da Desigualdade de Gênero Em Posições de Poder. In Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação INTERCOM, 41^a, 02 a 08/09/2018, Joinville – SC. p. 01. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/sis/eventos/2018/resumos/R13-0974-1.pdf> Acesso em: 05 abri. 2020.

ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. **Para Entender Relações Públicas**. São Paulo: Loyola, 1983.

AGÊNCIA Brasil. Cotas foram revolução silenciosa no Brasil, afirma especialista. **Agência Brasil**, 2018. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/educacao/noticia/2018-05/cotas-foram-revolucao-silenciosa-no-brasil-afirma-especialista> Acesso em: 26 nov. 2020.

BERTH, Joice. **Empoderamento – Feminismos Plurais**. São Paulo: Pólem, 2019. BORGES, Juliana. A urgência do Feminismo Negro Para a Democracia. **Blog da Boi Tempo**, 2017. Disponível em: <https://blogdaboitempo.com.br/2017/04/06/a-urgencia-do-pensamento-feminista-negro-para-a-democracia> Acesso em: 04 mai. 2020.

BRAGA, Marcelo. Sete dados para você compreender o recrutamento 4.0. **Reachr**, 2019. Disponível em: <https://www.reachr.com.br/blog/sete-dados-para-voce-entender-melhor-o-recrutamento-4-0/> Acesso em: 22 out. 2020.

BRRUCHO, Luis, Dar vagas apenas para pessoas negras é racismo reverso. **Uol**, 2020. Disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/bbc/2020/09/23/magazine-luiza-dar-vagas-apenas-para-negros-e-racismo-reverso.htm> Acesso em 27 out. 2020.

CISNE, Mirla. **Feminismo e Consciência de Classe no Brasil**. São Paulo: Cortez, 2015.

COLLINS, Patricia Hill. O Que É Um Nome? Mulherismo, Feminismo Negro e Além Disso. **Cadernos Pagu**, Campinas, n. 51, Dec 2017. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-83332017000300510&script=sci_arttext Acesso em: 17 abri. 2020.

CORÁ, Maria Amelia Jundurian. Políticas públicas culturais no Brasil: dos patrimônios materiais aos imateriais. **Revista De Administração Pública**, v. 48, n. 5, 2014. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0034-76122014000500002&script=sci_abstract&lng=pt Acesso em: 11 mai. 2020.

DOMINGUES, Petrônio. Movimento negro brasileiro: alguns apontamentos históricos. **Tempo**, Niterói, v. 12, n. 23, 2007. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S141377042007000200007&script=sci_arttext&lng=pt Acesso em: 01 abri. 2020.

ESTARQUE, Marina; CAMAZANO, Priscila. Negras ganham menos e sofrem mais com o desemprego do que as brancas. **Folha de São Paulo**, 2019. Disponível em: FERNANDES, Danúbia de Andrade. O gênero negro: apontamentos sobre gênero, feminismo e negritude. **Revistas Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 24, n. 03, set. 2016. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-026X2016000300691&script=sci_arttext Acesso em: 01 abri. 2020.

FERRARI, M. Ap.; MIRANDA, S. C. D. O Silêncio Feminino nas Organizações: Uma análise para dar voz às mulheres por meio das relações públicas In: LEMOS, E.; SALVATORI, P. (org) **Comunicação Diversidade e Organizações: Pensamento e ação**, São Paulo: ABRAPCORP. São Paulo: ABRAPCORP, 2019. Disponível em: http://portal.abrapcorp.org.br/wpcontent/uploads/2019/05/1_abrapcorp_comunicacao_diversidades_organizacoes.pdf Acesso 20 abri. 2020.

GOMES, Letícia Lançanova. Relações De Trabalho E Comunicação Organizacional No Contexto Da(S) Diversidade(S): As Noções Instituídas Pela Revista Hsm Management. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/181725/001074283.pdf?sequence=1&isAllowed=y> Acesso em: 24 mar. 2020.

GERBELLI, Luiz Guilherme. Regiões metropolitanas de SP e BH lideram criação de emprego no país. **G1**, 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2018/11/18/regioes-metropolitanas-de-sp-e-bh-lideram-criacao-de-emprego-no-pais.ghtml> Acesso em: 15 set. 2020.

GRUNIG, James E. Definição e posicionamento das Relações Públicas. In: GRUNIG, J.E., FERRARI, M.A. e FRANÇA, F. **Relações Públicas: teoria, contexto e relacionamentos**. 2ª. edição, São Caetano do Sul, Difusão, 2011. Cap. 1, 2 e 3.

HOOKS, Bel. **O Feminismo É Pra Todo Mundo**. Rio de Janeiro: Rosa Dos Tempos, 2018.

IDOETA, Paula Adamo. Mulheres São Maioria Nas Universidades Brasileiras, Mas Têm Mais Dificuldades Em Encontrar Emprego. **BBC News**, 2019. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-49639664> Acesso em: 07 mai. 2020.

INDIQUE Um Preta. Potências Invisíveis: A Realidade da Mulher Negra no Mercado de Trabalho. **Indique Uma Preta**, 2020. Disponível em: <https://readymag.com/u1818798514/2293759/> Acesso em 26 nov. 2020.

IPEA Instituto de Pesquisa Econômico. Atlas da Violência em 2019. **IPEA**, 2019. Disponível em: http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/relatorio_institucional/190605_atlas_da_violencia_2019.pdf Acesso em: 07 mai. 2020.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Relações Públicas e Comunicação Organizacional: Das Práticas a Institucionalização Acadêmica. **Organicom**, v. 06, n. 10-11, 18 dez. 2009. Disponível em: <file:///C:/Users/samir/Desktop/139003-Texto%20do%20artigo-270077-1-10-20171004.pdf>

LAGO, Cláudia. Gênero e Sexualidade Nas Organizações: Uma Conversa Inicial. In: LEMOS, E.; SALVATORI, P (Org). **Comunicação Diversidade e Organizações: Pensamento e ação**, São Paulo: ABRAPCORP. São Paulo: ABRAPCORP, 2019. Disponível em: http://portal.abrapcorp.org.br/wp-content/uploads/2019/05/1_abrapcorp_comunicacao_diversidades_organizacoes.pdf Acesso em: 16 abri. 2020.

LIBANCE, Paula. A representação social da mulher negra nos programas de TV: do estereótipo à sexualização. **Portal Gueledés**, 2014. Disponível em: <https://www.geledes.org.br/representacao-social-da-mulher-negra-nos-programas-de-tv-estereotipo-sexualizacao/> Acesso em: 12 mai. 2020.

LIMA, Márcia. Desigualdades raciais e políticas públicas: ações afirmativas no governo Lula. **Novos Estudos CEBRAP**. São Paulo, n. 87, jul. 2010. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0101-33002010000200005&script=sci_arttext

LOPES, Nei. **História e Cultura Africana e Afro-Brasileira**. São Paulo: Barsa Planeta, 2008.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de Metodologia Científica**. São Paulo: Atlas, 2003.

MOREIRA, Gláucia de. et al. Inclusão Social E Ações Afirmativas No Ensino Superior No Brasil: Para Quê?, **Ensino Superior Unicamp**, 2017. Disponível em: <https://www.revistaensinosuperior.gr.unicamp.br/artigos/inclusao-social-e-acoes-afirmativas-no-ensino-superior-no-brasil-para-queij> Acesso em: 07 mai. 2020

MOREIRA, Núbia Regina. O Feminismo Negro Brasileiro: Um Estudo Do Movimento De Mulheres Negras No Rio De Janeiro E São Paulo, 2007. Disponível em: <http://repositorio.unicamp.br/handle/REPOSIP/278996> Acesso em: 02 mai. 2020

MOVIMENTO Negro Unificado. **Gueledés Instituto da Mulher Negra**, 2010. Disponível em: https://www.geledes.org.br/movimento-negro-unificado-militao/?gclid=Cj0KCQjwy6T1BRDXARIsAlqCTXqk6RSmCWbtOIZwo_TefvCesa7uevH8DPgKe8x4KaTPBTU6eUYV7dEaAmg3EALw_wcB Acesso em: 29 abri. 2020.

NERIS, Natália. **A voz e a palavra do movimento negro na Constituinte de 1988**. São Paulo: Casa do Direito, 2018.

OBJETIVO 5 Alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas. **Organização das Nações Unidas ONU**, 2020. Disponível em: <https://nacoesunidas.org/pos2015/ods5/> Acesso em: 19 mar. 2020

OLIVEIRA, Cida de. Pesquisa IBGE Mostra Que Educação Brasileira Ainda Não É Para Todos. **RBA Rede Brasil Atual**, 2019. Disponível em: <https://www.redebrasilatual.com.br/cidadania/2019/06/pesquisa-ibge-mostra-que-educacao-brasileira-ainda-nao-e-para-todos/> Acesso em: 05 mai. 2020.

OLIVEIRA, Tory. Seis estatísticas que mostram o abismo racial no Brasil. **Portal Gueledés**, 2017. Disponível em: https://www.geledes.org.br/seis-estatisticas-que-mostram-o-abismo-racial-no-brasil/?gclid=Cj0KCQjwhtT1BRCiARIsAGIY51JmNSn-kwldSYVNKP81qYeX21XELypG-PeZ4oQWQ619k-syutKtqNYaAI17EALw_wcB
Acesso em: 08 mai. 2020.

PERUZZO, Cecília M. Krohling. Igualdade e Direitos Humanos Nas Organizações Empresariais e Cidadania. In: LEMOS, E.; SALVATORI, P (Org). **Comunicação Diversidade e Organizações: Pensamento e ação**, São Paulo: ABRAPCORP. São Paulo: ABRAPCORP, 2019. Disponível em: http://portal.abrapcorp.org.br/wp-content/uploads/2019/05/1_abrapcorp_comunicacao_diversidades_organizacoes.pdf

POPULAÇÃO Negra no Brasil. Central Única dos Trabalhadores, **CUT**, 2010. Disponível em: <https://www.cut.org.br/acao/download/1fcd516c53da22deeee03e41c795da50>
Acesso em: 25 mar. 2020.

QUANTIDADE de Homens e Mulheres. **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística IBGE**, 2018. Disponível em: <https://educa.ibge.gov.br/jovens/conheca-o-brasil/populacao/18320-quantidade-de-homens-e-mulheres.html> Acesso em: 15 mar. 2020.

RODRIGUES, Cristiano S; PRADO, Marco Aurélio M. Movimento De Mulheres Negras: Trajetória Política, Práticas Mobilizatórias E Articulações Com O Estado Brasileiro. **SciELO**, 2010. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/psoc/v22n3/v22n3a05.pdf>
Acesso em: 30 abri. 2020.

ROSENBERG, Marshall B. **Comunicação Não-violenta – Técnicas Para Aprimorar Relacionamentos Pessoas e Profissionais**. São Paulo: Ágora, 2006.

SANTANA, Maria dos Santos. et. al. Desigualdades De Gênero: A Mulher Negra No Mercado De Trabalho. In **Jornada Internacional de Políticas Públicas**. 9ª, 22 a 25/08/2017, São Luiz – MA. p. 01. Disponível em: <http://www.joinpp.ufma.br/jornadas/joinpp2017/pdfs/eixo6/desigualdadesdegeneroamulhernegranomercadodetrabalho.pdf> Acesso em: 24 mar. 2020.

SHAH, Aarti. Mulheres veem ganhos na liderança de relações públicas, mas o equilíbrio permanece indescritível. **PRovoke – O Relatório Holmes Se Torna PRovokar**, 2019. Disponível em: <https://www.provokemedia.com/latest/article/women-see-gains-in-pr-leadership-yet-balance-remains-elusive> Acesso em: 13 mai. 2020.

SILVA, René Marc da Costa. A Constituição De 1988 E A Discriminação Racial E De Gênero No Mercado De Trabalho No Brasil. **Internacional Law**, Bogotá, n. 23, jul/dec. 2013. Disponível em: http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1692-81562013000200008&script=sci_arttext&tlnq=pte Acesso em: 11 abri. 2020.

SIMÕES. Roberto Porto. **Relações Públicas: função política**. São Paulo: Summus, 1995.

SOBRE o Nosso Trabalho para Alcançar os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável no Brasil. **ONU**, 2020. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs> Acesso em: 17 nov. 2020.

SCHEID, Daiane; QUADROS, **Taís Lopes. Relações públicas e ditadura militar: Implicações e impressões.** 2014. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/ccomunicacao/article/view/11262>

TREVIZA, Karina.; BRIDI, Gabriella. Negros na liderança: debates sobre desigualdade racial crescem, mas falta de referências ainda é barreira para profissionais. **G1**, 2019. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/concursos-e-emprego/noticia/2019/09/10/negros-na-lideranca-debates-sobre-desigualdade-racial-crescem-mas-falta-de-referencias-ainda-e-barreira-para-profissionais.ghtml>

VALENTIM, Marcos Luca. Negro ou Preto Eis a Questão. **Mídia Ninja**, 2020. Disponível em: <https://midianinja.org/editorninja/negro-ou-preto-eis-a-questao/> acesso em: 26 nov. 2020.

WERNECK, Jurema. Racismo institucional e saúde da população negra. **SciELO – Saúde Pública**, 2014. Disponível em: <https://www.scielosp.org/article/sausoc/2016.v25n3/535-549/pt/#> Acesso em: 09 abri. 2020.

APÊNDICE A – Termo de Autorização

Figura 5 – Termo de Autorização



Entrevista - Lideranças Femininas Negras

*Obrigatório

Nome completo *

Sua resposta

Para sua ciência, todas as informações coletadas durante a entrevista serão utilizadas para a construção de um TCC (Trabalho de Conclusão de Curso), e possivelmente compartilhadas em ambientes acadêmicos. *

Estou ciente e concordo com os termos acima

Estou ciente e não concordo com os termos acima

Enviar

Nunca envie senhas pelo Formulários Google.

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google. [Denunciar abuso](#) - [Termos de Serviço](#) - [Política de Privacidade](#)

Fonte: Elaborado pela autora.

APÊNDICE B – Entrevista Júlia de Miranda

Entrevista Julia de Miranda (02.09.2020)

Nome: Júlia de Miranda

Idade: 32

Estado civil: Solteira

Formação acadêmica: Jornalista

Quando se formou? Dezembro de 2010

Onde se formou? Universidade Católica Dom Bosco

Cargo ocupado: Jornalista

Tempo no cargo: 10 anos

Sentiu dificuldade de ingressar no mercado após a formação? Não, mas critica a posição de algumas organizações por sua predileção de recém formados de universidades de renome. Também se posicionou contra o grande número de exigências estipuladas por organizações para efetivar a contratação além de ser contra o acúmulo de funções.

Áreas que atuou: Setores do jornalismo, produção audiovisual e produção de conteúdo para mídias sociais.

Onde já trabalhou: Atualmente atua como colunista do Azmina, apresentadora jornalística, produtora autônoma de audiovisual e conteúdo para mídias sociais.

Existe alguma política de diversidade na organização em que atua? Sim, Azmina valorizam a diversidade não só no ambiente de trabalho, mas também nos discursos e narrativas veiculadas por elas. Valorizam a escuta ativa, respeitando o lugar de fala de cada indivíduo.

Comente sobre os aspectos da cultura organizacional em que atua: Colaborativa, participativa, escuta ativa. Uma equipe essencialmente feminina e diversa. A organização busca a promoção da diversidade plena.

Na organização em que atua há cargos de liderança/gestão ocupados por mulheres? Sim, a editora executiva é uma mulher negra.

Já precisou ultrapassar algum desafio para chegar onde está? O maior desafio foi a construção de um autoconhecimento pessoal, onde foi capaz de se valorizar pessoalmente também profissionalmente reconhecer conquistas e pontos a serem trabalhados, tal atitude possibilitou a abertura de diversas portas. Em sua concepção trabalhar com o que gosta é fundamental para o sucesso profissional.

Se houver, cite alguma oportunidade que teve acesso para chegar onde está:

Trabalhar no Governo do Estado do Mato Grosso do Sul promoveu-a maior visibilidade na área da comunicação, trabalhar com turismo e networking em eventos acadêmicos e turísticos. Sobretudo a confiança em seu trabalho motivou-a em buscar por oportunidades de destaque.

Observou alguma mudança no decorrer dos anos em relação a inclusão de pessoas negras no mercado de Comunicação/Relações Públicas?

Relatou ser uma luta constante, visto que a mulher negra ocupa o último estágio da pirâmide social, abaixo do homem negro, mulher branca e homem branco. Vê na política de cotas uma possibilidade positiva para a inserção da diversidade no mercado, todavia, critica as reais intenções de tal inserção. Comentou sobre as frequentes cobranças que cercam mulheres negras, como: será que ela vai dar conta? será que ela é tudo isso mesmo? Reforçou a questão do empoderamento necessário para ocupar determinados espaços que geralmente são renegados as mulheres pretas.

Poderia citar alguma ação de Comunicação e ou Relações Públicas para a promoção de diversidade nas organizações?

A militância negra que vem exercendo em suas mídias sociais, trabalhos pessoais. Procura se vincular com organizações/entidades que coincidem com tal posicionamento.

Já recebeu algum tratamento diferenciado no mercado por ser mulher negra?

Sim, principalmente por ser mulher e atuar no setor e audiovisual, setores essencialmente masculinos. Entretanto já passou por discriminação racial ao utilizar um turbante durante a gravação de uma reportagem. Reforça a manutenção do machismo ao alegar que homens priorizam a contratação de outros homens ao invés de mulheres.

Qual o papel da Comunicação/Relações Públicas para a promoção de equidade racial e de gênero na sociedade?

A promoção do empoderamento para que pessoas negras se sintam capazes de se inserirem em todas as áreas do mercado, desde níveis operacionais até lideranças. Reforça que enquanto muitos dos brasileiros não se identificarem como racistas e perpetuadores do racismo, nada será diferente e as mudanças só serão visíveis a longo prazo.

APÊNDICE C – Entrevista Alyne Cristine

Entrevista Alyne Cristine (05.09.2020)

Nome: Alyne Cristine Passos Da Silva

Idade: 24

Estado civil: Solteira

Formação acadêmica: Jornalismo

Quando se formou? 08/2018

Onde se formou: Fapcom

Cargo ocupado: Planning Assistant na Natura

Tempo no cargo: Acabou de ser contratada

Sentiu dificuldade de ingressar no mercado após a formação? Não sentiu dificuldade de se inserir no mercado, contudo, teve dificuldade de manter-se nele, ou seja, apontou uma crítica a rotatividade ao atuar como estagiária em algumas organizações. Como informado, existem barreiras classistas que separam as pessoas. Não é comum ver um jovem negro com inglês fluente, por exemplo, contudo tal conhecimento é exigido pelo mercado, dando prioridade para aqueles que possuem tal conhecimento, geralmente estes indivíduos são brancos de classe média alta.

Áreas que atuou: Planejamento Estratégico, produção de conteúdo e assessoria de imprensa.

Onde já trabalhou? Oglivy Brasil, Preta Comprando de Preta, Heads, Weber Shandwik e Grupo Alto Astral.

Existe alguma política de diversidade na organização em que atua? Dentre as organizações que atuou, a única que possuía políticas de diversidade é a Oglivy Brasil. Existem muitos profissionais negros atuando, entretanto, ela critica a real intenção de tal contratação, acredita que pode ter alguma coisa a ver com políticas de cotas, alega que a organização busca a inserção plena da diversidade, contudo a diversidade não é plenamente aceita por todos os colaboradores e clientes.

Comente sobre os aspectos da cultura organizacional em que atua: Sentiu que dentre todas as organizações das quais atuou, a única que a contratou por suas competências profissionais ao invés de cotas raciais foi a Oglivy Brasil, entretanto, ela não foi inserida plenamente, sentia-se em um ambiente hostil, competitivo, classista e preconceituoso. Criticou a perpetuação do preconceito e machismo em peças de comunicação, alegou que as pessoas brancas precisam se educar visto que o preconceito vem delas.

Na organização em que atua há cargos de liderança/gestão ocupados por mulheres? Sim, na Oglivy Brasil, a Samantha Almeida era head of content e se reportava diretamente ao CEO da organização. Atualmente a profissional saiu da organização e seu cargo foi ocupado por outro profissional negro, reforçando o legado de seu trabalho de inserção de pessoas negras e talentosas. Criticou a área do jornalismo a respeito da presença de lideranças femininas negras em cargos de destaque. Alegou que nessa área eles escolhem as pessoas que querem gostar. Reforçou a importância da auto estima preta de não se contentarem com pouco e buscarem e hakearem o sistema.

Já precisou ultrapassar algum desafio para chegar onde está? Sim, o principal desafio é a falta de auto estima, muitas vezes imposta pelo ambiente que está inserido. Porém a educação emocional e a diminuição da auto cobrança são fundamentais para que ela supere tal desafio. Aprender com os erros em sua opinião é fundamental.

Se houver, cite alguma oportunidade que teve acesso para chegar onde está: Uma das maiores oportunidade que teve foi uma bolsa de estudos da Sand Box no curso de planejamento. Também recebeu diversas oportunidades de grandes empresas como a Google, Bradesco, Ifood por conta do Preta Comprando de Preta.

Observou alguma mudança no decorrer dos anos em relação a inclusão de pessoas negras no mercado de Comunicação/Relações Públicas? Na área de jornalismo não observou grandes avanços para a inserção de pessoas negras, segundo ela por mais progressista que o veículo seja este dificilmente vai colocar o negro em posição de destaque, por essa razão optou por afastar-se da área e se aproximou do mercado de publicidade e propaganda, em sua opinião, este oferta mais abertura quando comparado ao jornalismo.

Poderia citar alguma ação de Comunicação e ou Relações Públicas para a promoção de diversidade nas organizações? A militância que vem realizando através de suas mídias sociais e o trabalho que vem exercendo no Preta Comprando de Preta. Reforçou que não busca tornar a Preta Comprando de Preta uma organização que tem por objetivo principal a promoção do debate de negritude em meio organizacional, mas sim, impulsionar empreendimentos de pessoas pretas por meio da comunicação digital.

Já recebeu algum tratamento diferenciado no mercado por ser mulher negra? Com certeza, reforça dizendo que o racismo organizacional é velado, e se adapta em qualquer área e ou cargo exercido, mesmo em ambientes progressistas. Vê o desenvolvimento de projetos pessoas uma importante válvula de escape para o sofrimento causado pelo racismo organizacional.

Qual o papel da Comunicação/Relações Públicas para a promoção de equidade racial e de gênero na sociedade? O jornalismo tem um importante papel de denúncia, além de destacar personalidade negras, contudo, critica o estereótipo do negro e periférico. Reforça dizendo que o jornalismo da voz as pessoas negras.

Já na área da publicidade, ações publicitárias onde o negro está em destaque promove a transformação do imaginário das pessoas pretas, estimula-as a buscar tal patamar.

APÊNDICE D – Entrevista Luíze Tavares

Nome: Luíze Tavares

Idade: 24

Estado civil: Solteira

Formação acadêmica: Relações Públicas

Quando se formou: 12/2019

Onde se formou: Fecap

Cargo ocupado: Consultoria, assessoria de comunicação e CEO do Perifacom.

Tempo no cargo: Como consultora há 5 meses e como CEO do Perifacom há 2 anos.

Sentiu dificuldade de ingressar no mercado após a formação? Não, pois sempre teve facilidade em conseguir estágios na área de relações públicas, recebeu algumas indicações que a possibilitaram atuar em diversas áreas, essas indicações ocorrem por seus relacionamentos construídos por meio de networking.

Áreas que atuou: Comunicação organizacional, comunicação interna, assessoria de imprensa, relações governamentais, analista de comunicação e CEO do Perifacom.

Onde já trabalhou? Perifacom, Novo Nordisk, Nissan Brasil, The Dow Company.

Existe alguma política de diversidade na organização em que atua?

Dow Company – A organização possui Grupos de Afinidade (grupo de diversidade).

Nissan Brasil – Não possuía, segundo ela a indústria automobilística é de supremacia masculina e não facilmente abre espaço para o público feminino, não é possível ver muitas mulheres em cargos de liderança. Empresa possui discursos de promoção da diversidade.

Novo Nordisk – Não possuía, a organização era composta essencialmente por homens brancos de classe média alta. Empresa não possui discurso de promoção da diversidade.

Perifacom – A organização possui políticas de promoção da diversidade negra, atualmente a maioria dos funcionários é negro.

Comente sobre os aspectos da cultura organizacional em que atua: A respeito das grandes corporações onde atuou, sentiu-se deslocada por conta de convergências de realidades raciais e econômicas, não se sentia em um ambiente diverso e

sentia muita pressão por conta da competição velada entre os funcionários. Segundo ela sua auto estima foi afetada, o clima organizacional de grandes corporações, em sua opinião é tóxico. O Perifacom foi uma importante válvula de escape de tal realidade, além de proporcioná-la mais autonomia, ela sentiu que estava transformando realidades.

Na organização em que atua há cargos de liderança/gestão ocupados por mulheres? Sim, o proprietário e a gerente são negros, na mesma linha o Perifacom possui a Co fundação de mais duas profissionais negras.

Já precisou ultrapassar algum desafio para chegar onde está? Sim, o primeiro desafio foi tomar a decisão de abandonar um emprego fixo para atuar como estagiária na área de comunicação e Relações Públicas, a decisão de migrar de áreas a fim de conhecer a vasta possibilidade de atuação de um profissional de relações-públicas e abandonar uma carreira em ascensão em uma organização de terceiros para abrir a própria.

Se houver, cite alguma oportunidade que teve acesso para chegar onde está: Ter a indicação de Pedro, integrante do coletivo Todo Mundo Precisa de Um RP, possibilitou-a não só mais contatos na área, mas também uma importante oportunidade de emprego em uma grande corporação. Desde então ambos se ajudam, a entrevistada ajuda a divulgar voluntariamente as ações e propostas desenvolvidas pelo coletivo.

Observou alguma mudança no decorrer dos anos em relação a inclusão de pessoas negras no mercado de Comunicação/Relações Públicas? Relatou que existe uma maior preocupação com a diversidade nas organizações, contudo, em sua opinião ainda existe um abismo entre a teoria e prática, ou seja, algumas empresas usam discursos de diversidade para se promover no cenário social, entretanto, não praticam tal diversidade na organização. A entrevistada sugere que ao invés de se posicionar nas redes sociais as empresas poderiam ofertar mais condições que possibilitam a pessoa negra se inserir no ambiente de trabalho como curso de idiomas, aprimoramento profissional que corresponda a vaga etc. A entrevistada acredita que tais medidas são de fato reparação histórica para a população negra, que foi escravizada e posteriormente delegada aos menores patamares socioeconômicos da sociedade.

Poderia citar alguma ação de Comunicação e ou Relações Públicas para a promoção de diversidade nas organizações? A Dow Company realiza ações com a população periférica que reside nos arredores da organização. Estas ações visam capacitar profissionalmente jovens por meio de cursos de idiomas gratuitos, além de celebrar a cultura afro brasileira, entretanto, na opinião da entrevistada, tais ações estão mais relacionadas a conscientização do que a promoção de engajamento para uma transformação plena de realidade.

Já recebeu algum tratamento diferenciado no mercado por ser mulher negra? Sim, a entrevistada relatou que sempre se sentiu esquisita. Comentou que, em sua opinião, o ambiente corporativo é tóxico e desanima as pessoas, alega que os funcionários não se comovem com o próximo e acredita que estes passariam por cima de outras pessoas para conquistar o que desejam. Segundo a entrevistada, o

clima organizacional de grandes corporações tende a “embranquecer” pessoas negras, ou seja, ela não se sentia confortável com o seu cabelo e decidiu alisá-lo para tentar se sentir pertencente aquele ambiente.

Qual o papel da Comunicação/Relações Públicas para a promoção de equidade racial e de gênero na sociedade? Em sua opinião o relações-públicas deve estar diretamente ligado a gestão da organização. Visto que tal profissional tem consciência e conhecimentos da importância da diversidade para mesma, ocupar uma posição de decisão implicará em mudanças efetivas, pois, em sua opinião quando o relações-públicas não responde diretamente ao executivo desta, dificilmente ocorrem mudanças efetivas e coerentes entre o posicionamento e as ações de uma organização.

APÊNDICE E – Entrevista Leila Evelyn

Entrevista Leila Evelyn (14.09.2020)

Nome: Leila Evelyn

Idade: 24

Estado civil: Solteira

Formação acadêmica: Relações Públicas

Quando se formou: 08/2018

Onde se formou: Fapcom

Cargo ocupado: CEO na Preta Comprando de Preta e Analista de Relações Públicas no Boticário.

Tempo no cargo: Acabou de ser contratada pelo Boticário e fundou o Preta Comprando de Preta em 2015.

Sentiu dificuldade de ingressar no mercado após a formação? Não tive dificuldade para se inserir no mercado, entretanto comentou sobre a dificuldade que enfrentou para a ser promovida e crescer na área.

Áreas que atuou: Criação e planejamento.

Onde já trabalhou? Accenture Interactive, Masp, Century, Boticário e Preta Comprando de Preta.

Existe alguma política de diversidade na organização em que atua? Existe, mas não acredita que sejam realizadas de forma efetiva.

Comente sobre os aspectos da cultura organizacional em que atua: Afirmou que todas elas tinham um quadro de funcionários diverso, mas estas pessoas sempre eram vistas ocupando cargos operacionais e muitas vezes em áreas de ampla rotatividade como estágios. Quando recebiam uma oportunidade de efetivação ficavam muito tempo em cargos de analista e poucos tinham a oportunidade de ocupar cargos de liderança.

Na organização em que atua há cargos de liderança/gestão ocupados por mulheres? No Boticário, onde irá trabalhar, acredita que seja possível visto que o quadro de funcionárias é bem expressivo. Nas outras organizações onde trabalhou não tinham mulheres negras em cargos de liderança. Acredita que exista o “negro da vez”, uma ou duas pessoas que ocupem cargos de liderança, mas não vê equilíbrio nesse aspecto, pois a maioria do quadro de funcionários é de supremacia branca.

Já precisou ultrapassar algum desafio para chegar onde está? Sim. Informou que a questão da mobilidade para ela sempre foi um desafio, visto que morou toda a sua vida na Cidade Tiradentes, e o percurso entre sua casa e os locais onde trabalhou era de aproximadamente três horas. A questão do inglês, que usualmente é um requisito obrigatório em vagas de comunicação e ela não tinha condições financeiras para estudar antes de ingressar no mercado, acredita estas há dez passos de qualquer concorrente seu.

Se houver, cite alguma oportunidade que teve acesso para chegar onde está: Ela informou que teve uma trajetória muito difícil, mas que alguns aspectos à proporcionaram mais oportunidades, como por exemplo, sua humildade, seu perfil de buscar novas experiências e conhecimentos, sua capacidade de observação e sua facilidade em reagir de forma positiva a novos aprendizados.

Observou alguma mudança no decorrer dos anos em relação a inclusão de pessoas negras no mercado de Comunicação/Relações Públicas? Em sua opinião não considera que as políticas existentes para a inserção de pessoas negras seja efetiva, reconhece que está se tornando cada vez mais comum a inserção de pessoas negras em todas as áreas do mercado, contudo, sempre ocupando cargos operacionais e para terem acesso a níveis de liderança devem ser “três ou quatro vezes melhor”. Também comentou sobre questões raciais que muitas vezes são erroneamente interpretadas como vitimismo. Reforçou que ao mesmo tempo que são necessárias as cobranças de mudanças a esta realidade a militância constante também pode ser desmotivadora. Relatou que as principais mudanças de transformação dessa realidade parte exclusivamente de pessoas pretas “nós nos fortalecemos sozinhos”.

Poderia citar alguma ação de Comunicação e ou Relações Públicas para a promoção de diversidade nas organizações? Ela informou que tem críticas para vários aspectos que norteiam a área de Relações Públicas, principalmente a sua omissão a respeito de questões sociais, econômicas nacionais e até mesmo internacionais. Relatou que só tem conhecimento de ações para a promoção de diversidade nas organizações que estão sendo e ou foram desenvolvidas por colegas próximos. Não observa tais atitudes vindas de lideranças da área (Conselhos e Associações). Falou sobre a importância da definição de públicos para o estabelecimento de um relacionamento, contudo, a área não se comunica de forma efetiva com pessoas pretas e/ou periféricas. Espera mais ações de coletivos do que de lideranças na área.

Já recebeu algum tratamento diferenciado no mercado por ser mulher negra? Relatou uma presença muito grande de paternalismo, as pessoas a tratavam como ingênua e menos capaz de realizar determinadas ações, tanto por ser uma mulher negra quanto por sua origem. Informou que muitas vezes era convocada para participar de reuniões para debater a diversidade, como se ela não tivesse a capacidade técnica para exercer outras funções. Devido a essa forma de tratamento, atualmente se impõe sempre que tem a oportunidade e usa algumas estruturas a seu favor, ou seja, “já que vocês sabem que me devem, me paguem”.

Qual o papel da Comunicação/Relações Públicas para a promoção de equidade racial e de gênero na sociedade? Considera o papel das Relações Públicas

essencial para a promoção de equidade racial e de gênero na sociedade, reforçou a importância dos relacionamentos com todos os públicos. Alegou que em sua opinião a nossa sociedade possui características de troca, oralidade, histórias, riquezas culturais e que se as relações públicas trabalhassem de forma assertiva com os públicos, acredita que atualmente teríamos uma sociedade capaz de resolver conflitos diversos, sejam eles sociais, econômicos e políticos fazendo o uso da mediação.

APÊNDICE F – Entrevista Mariana Nascimento

Nome: Mariana Nascimento

Idade: 41 anos

Estado civil: Casada

Formação acadêmica: Sistemas de Informação

Quando se formou: 08/2005

Onde se formou: UNIVILLE - Universidade da Região de Joinville

Cargo ocupado: Empreendedora

Tempo no cargo: 08 anos

Sentiu dificuldade de ingressar no mercado após a formação? Não, teve a oportunidade de estagiar em algumas organizações, foi efetivada pela Kavo Brasil, assim que saiu de sua antiga organização, foi contratada pela TOTVS. Em sua opinião, acredita que um fator determinante para as oportunidades de trabalho que teve acesso foi a sua localização visto que a cidade de Joinville/SC é considerada um polo para a área de tecnologia

Áreas que atuou: Tecnologia da informação; Análise, desenvolvimento e documentação de sistemas, Marketing e Social Mídia.

Onde já trabalhou? Kavo do Brasil, TOTVS e Mary Kay, atualmente é empreendedora.

Existe alguma política de diversidade na organização em que atua? Sim, a TOTVS possuía um quadro de funcionários diverso, era possível identificar pessoas de várias etnias, religiões, orientações sexuais, PCD e estrangeiros. Conforme informado, a política da empresa não tolera discriminação e tenta promovê-la de forma efetiva.

Quanto a sua organização, ela ainda não possui funcionários, entretanto, surgindo a necessidade, a contratação será feita pautada na competência do funcionário. Não acredita que a religião, orientação sexual etc. interfiram no desempenho do profissional, informou que a diversidade está cada vez mais presente no marketing digital e na área da beleza, seguimento de sua organização atualmente.

Comente sobre os aspectos da cultura organizacional em que atua:

Kavo Brasil – Empresa tradicional, com hierarquia estabelecida e má gestão, após mudar de setor, observou uma mudança significativa no clima organizacional, tendo um gestor mais novo e um ambiente de trabalho dinâmico. Contudo, reforça o conservadorismo presente na organização.

TOTVZ – Empresa jovem e dinâmica, possuía uma cultura organizacional mais liberal e flexível, focada na qualidade de vida de seus funcionários.

Sua organização – Visto que as atividades da organização são realizadas em formato home office, acredita que estabelecer uma carga horária usual, como por exemplo, das 8h00 – 17h00 é imprescindível para a saúde e bem estar dela e de seu marido, Co-fundador da organização. Em sua opinião, quando não há um respeito acerca do tempo de trabalho desempenhado pelo empreendedor este perde o tempo disponível para desempenhar atividades que correspondem a sua vida pessoal, que são fundamentais para a sua qualidade de vida.

Na organização em que atua há cargos de liderança/gestão ocupados por mulheres? Sim, é fundadora de uma empresa que desenvolve e-books de cuidados com a pele e auto maquiagem específicas para a pele negra.

Já precisou ultrapassar algum desafio para chegar onde está? Sim, relatou que sua turma de formação não possuía uma quantidade significativa de mulheres, tampouco pessoas negras. Ao migrar para o seguimento de beleza, relatou que não havia produção significativa de conteúdo nacional a respeito de cuidados com a pele negra, desta forma, ela teve que buscar referências estrangeiras e adequá-las ao País. Entende que ainda é um desafio conscientizar a população a respeito da importância em cuidar, ao invés de maquiagem a pele. Acredita que o seu maior desafio é o combate a desinformação no que tange cuidados com a pele negra.

Se houver, cite alguma oportunidade que teve acesso para chegar onde está: Acredita que atuar em áreas onde não há uma ampla oferta é uma oportunidade para o seu negócio. Informou que em sua segmentação de mercado não é comum ver pessoas negras atuando, então procura compartilhar seu conhecimento com a população negra, na tentativa de incentivá-los a atuar na área também.

Observou alguma mudança no decorrer dos anos em relação a inclusão de pessoas negras no mercado de Comunicação/Relações Públicas? Sim, relatou que atualmente está se tornando cada vez mais comum ver pessoas negras em ações publicitárias, como outdoor, folders etc., vê tais ações de forma positiva e acredita que estas incentivam a população negra a ocuparem cada vez mais espaços. Contudo entende que muitas vezes algumas organizações usam pessoas negras em suas peças de comunicação para atrair esse público que também é um consumidor em potencial.

Poderia citar alguma ação de comunicação para a promoção de diversidade nas organizações?

A TOTVZ produz vídeos institucionais onde o roteiro de “personagens” é composto quase em maioria por pessoas negras, representando de forma assertiva a quantidade de pessoas negras que atuam não só na organização.

Já recebeu algum tratamento diferenciado no mercado por ser mulher negra? Não recebeu nenhum tratamento diferenciado, mas notou a falta de conhecimentos que o mercado de beleza e cuidados com a pele possui, no que tange cuidados com a pele negra.

Qual o papel da comunicação para a promoção de igualdade racial e de gênero na sociedade?

Vê a comunicação digital uma ferramenta fundamental para a promoção de igualdade racial e gênero na sociedade. Em sua opinião as redes sociais estão mudando não só a maneira de se comunicar, mas também as experiências dos usuários. Acredita que se a coleta de dados, que é realizada pelo Facebook, fosse executada de maneira assertiva, as redes sociais terão um papel fundamental para a transformação de emoções de seus usuários e da sociedade como um todo.

APÊNDICE G – Entrevista Adriane Souza

Entrevista Adriane Souza (01.10.2020)

Nome: Adriane Souza

Idade: 37

Estado civil: Solteira

Formação acadêmica: Jornalista

Quando se formou: 2011

Onde se formou: CEUNSP Salto

Cargo ocupado: Empreendedora

Tempo no cargo: Empreende há 06 anos.

Sentiu dificuldade de ingressar no mercado após a formação? Não, já estava atuando na área anos antes de se formar.

Áreas que atuou: Assessoria de Imprensa, Consultoria de Comunicação e Produção de Conteúdo

Onde já trabalhou? Maktube Comunicação

Existe alguma política de diversidade na organização em que atua? Não existe uma política formal de diversidade na organização, entretanto, a entrevistada informou que tem consciência de sua importância para uma organização, relatou que durante processo de admissão ela dá preferência pela contratação de mulheres.

Comente sobre os aspectos da cultura organizacional em que atua: Na Maktube Comunicação existe uma cultura organizacional participativa onde todos os funcionários possuem autonomia para atuar, dar sugestões e críticas. A entrevistada informou que vê seus funcionários não como peças que contribuem para a manutenção de sua organização, mas como pessoas, portanto, ao ver seus funcionários como pessoas existe um olhar de sensibilidade na gestão da organização.

Na organização em que atua há cargos de liderança/gestão ocupados por mulheres? Por tratar-se de uma micro empresa, não há um quadro extenso de funcionários, desta forma, além da entrevistada não existe mais nenhuma mulher ocupando algum cargo de liderança na organização.

Já precisou ultrapassar algum desafio para chegar onde está? Relatou que empreender no Brasil é um grande desafio devido aos processos burocráticos que norteiam a abertura de uma empresa. Acredita que ser uma empreendedora negra também é um grande desafio que diariamente precisa ser superado, além disso também relatou a crise econômica nacional, decorrente da Pandemia de Covid-19. Relatou que se reinventar foi a principal iniciativa para superar tais desafios, em especial, a crise econômica.

Se houver, cite alguma oportunidade que teve acesso para chegar onde está: Teve a oportunidade de participar de um programa desenvolvido pelo Sebrae chamado Ali (Agentes Locais de Inovação), cujo objetivo é potencializar a produtividade de pequenos empreendedores por meio da inovação. Este programa ofertou-a mecanismos que contribuíram para a expansão de sua organização. Além disso, também teve a oportunidade de realizar a assessoria de imprensa da Festa Junina de Votorantin, este trabalho proporcionou a organização ainda mais visibilidade na cidade de Sorocaba e regiões próximas. A entrevistada reforçou que em sua concepção, oportunidades não surgem do nada, acredita que oportunidades surjam por meio de trabalhos efetivos, relacionamentos, marketing pessoal etc.

Observou alguma mudança no decorrer dos anos em relação a inclusão de pessoas negras no mercado de Comunicação/Relações Públicas? Relatou que em sua graduação ela era uma das únicas mulheres negras da turma e acredita que isso se reflete no mercado de jornalismo da cidade de Sorocaba/SP, vê a área de jornalismo como a realização de um “sonho” e não como uma área onde profissionais se inserem na tentativa de obter um crescimento econômico. Portanto, vê o jornalismo como uma profissão elitizada. Informou que o combate a realidade que ocorrem no meio jornalístico da cidade de Sorocaba/SP, deve ser feito nas universidades incentivando cada vez mais estudantes a conhecerem a área. Contudo, se sente privilegiada pelo acolhimento que teve de seus colegas de profissão, informou que em todos os espaços que ocupou como a única mulher negra, sempre teve o respeito de todos, e ao demonstrar suas habilidades em empenhar suas funções teve o reconhecimento destes. Poderia citar alguma ação de Comunicação e ou Relações Públicas para a promoção de diversidade nas organizações? Em sua opinião uma importante ação está sendo desenvolvida pelo Magazine Luiza. A empresa abriu um processo seletivo de trainee específico para jovens negros, houve diversas críticas e até mesmo ações judiciais alegando que tal iniciativa poderia ser compreendida como um preconceito reverso, ou seja, um preconceito racial com pessoas brancas. Contudo a organização ganhou na justiça o direito de dar continuidade em seu processo seletivo pois conforme decisão judicial, o preconceito reverso não existe. Na opinião da entrevistada, essa situação é vista de maneira cômica, pois ela acredita, que por meio desse processo seletivo pessoas brancas, mesmo que forma indireta, a realidade de muitas pessoas negras.

Já recebeu algum tratamento diferenciado no mercado por ser mulher negra? Sim, uma cliente interessada em seu trabalho a procurou-a, e ao se encontrarem a cliente não acreditou que ela fossa a gestora da organização por ser uma mulher negra.

Qual o papel da Comunicação/Relações Públicas para a promoção de equidade racial e de gênero na sociedade? Compreende que o jornalismo é fundamental para a promoção de equidade racial e de gênero na sociedade. Relatou que no meio jornalístico, quando existe uma pauta racial essa geralmente está atrelada ao preconceito e discriminação, reforçou a necessidade da população negras se impor quando a essa temática e mostrar que pessoas negras não se limitam a debater apenas essas temáticas. Acredita que um importante passo para tal promoção seria o mercado/sociedade olhar para o indivíduo negro como uma pessoa/profissional comum não se limitando apenas a sua etnia, mas sim a sua totalidade, ou seja, suas capacidades, defeitos, crenças, valores etc.