

# Sob pressão, empresas encaram a diversidade e mudam estruturas para contratar mais negros, mulheres e LGBTQTs

*Mundo corporativo começa a ir além do marketing contra racismo, machismo e homofobia não só para ficar bem na foto. Descobriu que é bom para os negócios*

[\(O Globo/Celina | 02/08/2020 | Por Karen Garcia e Raphaela Ribas\)](#)

Com a pressão crescente de consumidores, clientes, movimentos sociais e dos próprios empregados, grandes empresas começam a dar um passo além das peças de marketing e das boas intenções na direção da [diversidade](#) em seus quadros funcionais. Causas contra o [racismo](#), a desigualdade de [gênero](#) e a [LGBTfobia](#) começam a se refletir no ambiente corporativo de forma mais estruturada, com metodologias, investimentos e metas. E não é só para [ficar bem na foto](#) e reduzir riscos à reputação.

[\*\*Acesse a matéria completa no site de origem.\*\*](#)

---

## “Meu corpo fala”, diz mulher trans que conquistou vaga no mundo corporativo

Yasmin Vitória não se esconde mais. E como poderia? Em seu portfólio profissional, ela ressalta de antemão que é uma mulher transgênero, negra e periférica. “Se esses marcadores sociais foram fatores da minha exclusão no passado, hoje são dois marcadores que mostram como foi possível chegar

onde cheguei”, diz.

[\(Universa, 28/11/2019 - acesse no site de origem\)](#)

Há um ano e meio, Yasmin foi contratada para trabalhar frente à frente com clientes de uma empresa da tecnologia em São Paulo. Neste ano, também tornou-se a cara de uma campanha em prol da diversidade do LinkedIn, rede social voltada para o mundo corporativo.

De acordo com a plataforma, apenas 25% dos profissionais LGBTs já tocaram no assunto com um colega de trabalho. Outros 25% nunca falaram de identidade de gênero e orientação sexual a ninguém. Os dados mostram um desconforto dos LGBTs no mercado de trabalho: 58% dos heteros entrevistados sabiam da existência de um colega LGBT, a pessoa falando sobre isso ou não.

Não à toa, Yasmin faz parte de um movimento encabeçado por empresas de dar oportunidades a mais funcionários LGBTs, negros, PCDs e criar um ambiente de trabalho mais inclusivo e respeitoso. Em processo de transição, Yasmin fez a entrevista na Salesforce. Ainda não tinha retificado o nome.

A vaga não pedia por uma pessoa LGBT. Mas quando foi convidada a juntar-se ao time, a empresa já tinha preparado uma estrutura para resolver questões burocráticas importantes para Yasmin, como confeccionar crachás e assinaturas de e-mail com o nome social.

## **‘Não fico só nos bastidores’**

Outra novidade é a de que ela iria dar a cara. “Não fico apenas nos bastidores. Também conduzo reuniões com clientes”, diz. Claro, isso desperta reações. “Meu corpo fala primeiro. Na maioria das vezes, não preciso nem abrir a boca. Isso destrava emoções em quem me conhece.”

Para chegar ao trabalho, ainda é preciso enfrentar um trajeto de mais 1 hora para sair da periferia de Interlagos, na zona sul da cidade, até região da Berrini, bairro povoado pelo mundo corporativo paulistano.

“Vivo em dois mundos. Quando olho pela janela da minha casa, vejo uma realidade nua e crua. Quando vou ao trabalho, vejo outro estado, de grande prestígio. A realidade que vivo enquanto trabalho não é a mesmo. São dois mundos”, diz.

O próximo passo na vida é formar-se em Administração. Yasmin está no último semestre do curso.

*A gente que é minoria não pode chegar a um determinado ponto da carreira e esquecer quem é. O mercado ainda não foi configurado a pessoas como nós. Quando me coloco como trans negra, eu mostro ao mercado, que ainda é racista e homofóbico, sobre um monte de pessoas que ainda estão em busca de oportunidade para chegar onde eu cheguei.*

*Por Marcos Candido*