

## **Desigualdade de Gênero: Percalços e desafios de mulheres relações públicas<sup>1</sup>**

Sandra Milena Ortega Restrepo<sup>2</sup>

### **Resumo**

Este texto pretende trazer elementos para discutir a importância de desenvolver pesquisas sobre mulher e gênero no campo da comunicação e relações públicas no Brasil, assim como refletir a respeito da condição desigual da mulher no cenário organizacional. Para isto, foi utilizada a estrutura de uma pesquisa qualitativa em andamento com histórias de vida de quatro mulheres de relações públicas, assim como alguns conceitos teóricos da análise crítica do discurso (ACD).

### **Palavras-chave**

Igualdade de Gênero; Mulher; histórias de vida; Relações Públicas;

### **Introdução**

Na atualidade, os termos diversidade e igualdade de gênero são comuns no âmbito organizacional, porém, realmente o que significam para as mulheres e como impactam suas vidas?

Há um problema social no Brasil: a persistência da condição de desigualdade para as mulheres no ambiente de trabalho, que traz como consequência a baixa representatividade das mulheres em posições decisórias dentro das organizações, a marginalização laboral e a diferença salarial, como demonstram os relatórios de estatísticas de gênero: indicadores sociais das mulheres no Brasil (2021)<sup>3</sup>, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística e o *Global Gender Gap Report* (2020)<sup>4</sup>, do Fórum Econômico Mundial.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho (GT5) Comunicação Intercultural e Interseccionalidade, atividade integrante do XV Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas.

<sup>2</sup> Mestrado em Ciências da Comunicação, Universidade de São Paulo, smorestrepo@usp.br.

<sup>3</sup> Estudo feito pelo IBGE com o objetivo de colocar a igualdade de gênero como um dos eixos das políticas públicas no Brasil. Disponível em: <http://abet-trabalho.org.br/ibge-estatisticas-de-genero-indicadores-sociais-das-mulheres-no-brasil/>

<sup>4</sup> O *Global Gender Gap Report* é um relatório anual sobre as desigualdades de gênero realizado desde 2006 pelo Fórum Econômico Mundial e que visa quantificar a magnitude das disparidades de gênero nos países para criar uma consciência global dos desafios que as lacunas de gênero representam, bem como das oportunidades que surgem quando são tomadas medidas para reduzi-las. Disponível em: <https://www.weforum.org/reports/gender-gap-2020-report-100-years-pay-equality>.

Essa realidade tem impedido as mulheres de ascender nas organizações para alcançar as posições de liderança, fenômeno denominado de *glass ceiling*, “barreira transparente que evita subir acima de um certo nível na corporação” (MORRISON; WHITE; VAN VELSOR, 1987, p. 13). Os autores consideram isso como uma barreira para as mulheres como um grupo, impedindo que os indivíduos avancem simplesmente porque são mulheres e não porque não têm capacidade de lidar com empregos em níveis mais altos.

Esse problema é pouco abordado no campo da comunicação e relações públicas. Essa conclusão foi tomada a partir da revisão bibliográfica realizada por Ortega (2019)<sup>5</sup> da produção acadêmica sobre a mulher e gênero em relações públicas. Com base no exposto, justifica-se esta pesquisa pela necessidade de compreender a desigualdade de gênero no cenário organizacional, especificamente para mulheres profissionais de relações públicas.

Este texto está dividido em quatro seções, além desta introdução. Inicialmente apresenta-se um breve contexto sobre a pesquisa de gênero nas relações públicas, na sequência descreve-se a metodologia da pesquisa em andamento de histórias de vida, por fim apresentam-se os conceitos teóricos da análise crítica do discurso (CDA) e as considerações finais.

### **Pesquisa sobre mulher nas relações públicas**

Os estudos de mulher e gênero aparecem nas relações públicas na década de 1980. A *International Association of Business Communication* (IABC)<sup>6</sup> foi responsável por aquele que é considerado o trabalho fundador conhecido como *The Velvet Ghetto: The impact of the increasing percentage of women in public relations and business communication*, escrito por CLINE et al. (1986). A pesquisa tratou sobre o impacto do aumento do número de mulheres no campo das relações públicas, mostrando que os salários dos profissionais de relações públicas estavam caindo e que os homens estavam deixando o campo por empregos mais bem remunerados.

---

<sup>5</sup> Neste estudo, as palavras-chave “mulher” e “gênero” foram utilizadas para busca no catálogo de teses e dissertações da CAPES dos últimos cinco anos (2015–2019). No total, foram encontradas 162 dissertações e 50 teses. Em sua maioria, são estudos de mídia e arte. Além disso, foram revisadas as revistas eletrônicas de produção científica Intercom e Organicom entre os anos 2015 a 2019, assim como os anais do congresso Abrapcorp nos seus 13 anos de existência (2007–2019). No total, foram encontrados 86 artigos das áreas de jornalismo, publicidade e comunicação pública, e apenas 11 trabalhos abordam a questão das mulheres no ambiente organizacional.

<sup>6</sup> *International Association of Business Communication* <https://www.iabc.com/>

Tanto nos EUA como na Europa, as pesquisas subsequentes a *The Velvet Ghetto*, foram desenvolvidas a partir de duas perspectivas feministas (EUPRERA REPORT, 2019)<sup>7</sup>:

a) Perspectiva feminista liberal, em que estudiosos analisaram questões como teto de vidro e diferença salarial, discriminação no trabalho e o poder que as mulheres simplesmente não têm devido ao seu baixo *status* nas organizações.

b) Perspectiva feminista radical, em que os estudiosos começaram a analisar a diversidade nas relações públicas, a interseccionalidade, a falta de oportunidades para as mulheres, e a pluralidade das mulheres (por exemplo o feminismo negro), oferecendo críticas ao feminismo liberal.

Embora a postura feminista liberal tenha destaque na produção acadêmica, ela não é a única a tratar do tema. Algumas autoras feministas, a exemplo de Hon, L. C. (1995), questionaram a posição liberal que sugere que a solução para quaisquer problemas que as mulheres encontram reside exclusivamente no aprendizado das mulheres para jogar o jogo como homens.

Da mesma forma para as autoras Grunig, L. A, Toth, E. L. e Hon, L. C (2001), a visão feminista liberal, é uma forma mais simples de lidar com a questão da desigualdade de gênero. A outra alternativa, a visão feminista radical, exige várias mudanças para melhorar as condições das mulheres: na sociedade aumentando a conscientização sobre o sexismo, elegendo mulheres para cargos de chefia, promovendo legislações que apoiem as mães trabalhadoras, combatendo o assédio sexual e quebrando estereótipos de gênero; nas empresas, desenvolvendo planos de carreira alternativos e tornando os critérios de recrutamento, contratação, retenção e promoção mais equitativos; e na profissão, abordando a marginalidade da profissão e incorporando as perspectivas das mulheres no currículo.

Outro estudo de grande impacto no campo, foi o desenvolvido por Larissa A. Grunig, Elizabeth L. Toth e Linda Childers Hon, que depois deu origem ao livro *Women in Public Relations* (2001), promovido pela *Public Relations Society of America* (PRSA)<sup>8</sup>. Segundo as autoras, a associação estava ciente da existência da discriminação sexual e a pesquisa desenvolvida por elas não foi conduzida para expor a extensão dessa discriminação, “pelo contrário, seu objetivo era explicar por que mulheres e homens vivenciam seu trabalho em relações públicas de maneira tão diferente” (GRUNIG, L. A.; TOTH, E. L.; HON, L. C. 2001, p. 13).

---

<sup>7</sup> EUPRERA Organização que trabalha para promover e combinar pesquisa e prática no campo das relações públicas na Europa [www.euprera.org](http://www.euprera.org)

<sup>8</sup> Public Relations Society of America <https://www.prsa.org/>

Cabe destacar também a pesquisa mais recente da Associação Europeia de Educação e Pesquisa em Relações Públicas, Euprera Report Vol. 1, nº1, *Women in Public Relations – A Literature Review* (1982 – 2019), em que foi analisada a lista de periódicos fornecida pelo British Chartered Institute of Public Relations (CIPR), onde foram averiguados 223 artigos no período escolhido de 1982 a 2019. Nas problemáticas abordadas nos artigos, identificou-se que as mesmas questões foram analisadas ao longo dos anos desde diferentes perspectivas. Por exemplo, a questão da diferença salarial e do teto de vidro foi analisada como parte dos estudos sobre discriminação no trabalho nos anos 1980, e também na teoria organizacional das relações públicas nos anos 1990. Entre 2000-2009, em debates sobre profissionalismo, e no período final 2010-2019, voltou a ser abordado como desigualdade de gênero, pois “embora a posição das mulheres tenha melhorado significativamente a realidade é que muitas mulheres ainda não podem progredir em suas carreiras” (EUPRERA REPORT, 2019, p. 33, tradução nossa).

Apesar da pesquisa sobre mulheres em relações públicas ter se originado nos Estados Unidos, hoje em dia também é conduzida em outros países. O projeto *European Communication Monitor*<sup>9</sup>, tem acompanhado a posição das mulheres nas relações públicas na Europa, na sua pesquisa anual sobre as tendências das relações públicas e as perspectivas futuras. Todos os dados mostram que a posição das mulheres melhorou em comparação com o que era na época do estudo *The Velvet Ghetto*; no entanto, ainda existem problemas como disparidade salarial, teto de vidro e mentoria (EUPRERA REPORT, 2019).

No contexto brasileiro, observa-se que os estudos de gênero estão tradicionalmente relacionados com as mídias. Por exemplo, na revisão bibliográfica feita por Escosteguy (2008) as temáticas dos trabalhos encontrados têm relação com as subáreas de jornalismo e publicidade, com problemáticas como a representação da mulher na publicidade ou na comunicação pública. Já nas subáreas de comunicação organizacional e relações públicas ainda são poucas as pesquisas sobre mulher e gênero e não há um estudo específico sobre mulheres de relações públicas. No entanto, tanto o Grupo de Trabalho (GT) “Comunicação intercultural e interseccionalidades” do Congresso Abrapcorp como a publicação do livro “Comunicação, diversidades e Organizações: pensamento e ação” (2019), são duas iniciativas que geram um precedente no campo.

---

<sup>9</sup> *The European Communication Monitor* é o maior estudo transnacional sobre comunicação estratégica em todo o mundo. É realizado anualmente desde 2007 com mais de 30.000 profissionais de comunicação participantes. <https://www.communicationmonitor.eu/>

## **Aproximação à problemática da desigualdade de gênero nas relações públicas**

Esta pesquisa de mestrado aborda os percalços e desafios que as mulheres de relações públicas no Brasil têm ao longo de sua carreira pelo fato de serem mulheres. O relatório *Techo de Cristal en Comunicación do Latin American Communication Monitor 2020 - 2021*, corrobora que as desigualdades de gênero e discriminação ainda persistem no campo das comunicações. Por conta dessa realidade social, há necessidade de aprofundar as pesquisas sobre mulher e gênero no campo das relações públicas no país, a fim de compreender melhor como opera a desigualdade de gênero no cenário organizacional e auxiliar na busca de soluções.

Para aproximar as práticas organizacionais que contribuem para a permanência ou exclusão das mulheres nas empresas e analisar as representações do gênero feminino contidas nas trajetórias de mulheres profissionais de relações públicas, optou-se pela pesquisa qualitativa com histórias de vida que, segundo Hodgkin (2008), permite dar voz às experiências das mulheres.

Também ressalta-se que a abordagem do conceito de gênero parte das teorias feministas que compreendem o gênero como uma construção sociocultural, a partir de autoras como Lauretis (1987), Scott (1989) e Butler (1990). Assim, o conceito de gênero não é uma categoria analítica que coloca a origem das desigualdades entre os sujeitos no corpo biológico universalizado, mas privilegia a análise dos processos de produção dessas distinções em sociedades atravessadas por pressupostos de masculinidade e feminilidade, entendendo-os como atributos de homens e mulheres, respectivamente.

A investigação qualitativa com histórias de vida se ocupa da vida das pessoas, de comportamentos, ademais do funcionamento organizacional dos movimentos sociais ou das relações intersubjetivas. Está baseada na coleta de histórias e descrições das experiências dos outros (CORNEJO, M.; ROJAS, R.C.; MENDOZA, F. 2008).

Uma história de vida como processo de pesquisa tem três fases: exploratória, descritiva e explicativa (OCHOA, A. J, 1997). Na fase exploratória mediante a conversação adentra-se no mundo do outro, na indagação de um personagem que tem identidade, que sofre, chora, e ri. A depender do modo como seja conduzida, pode ser tratado como aliado, confidente, impertinente, envolvido ou desrespeitoso com a interioridade do outro.

Na descrição, se deve lograr que o entrevistado descreva sua vida, faça uma etnografia dos espaços públicos e privados onde realiza o cotidiano como a casa, rua, bairro, locais de trabalho, recreação, com seus respectivos tempos, além de como foi a passagem de uma etapa da vida para outra: rupturas, cortes, conflitos. À medida em que o processo, que não é linear, nem contínuo, o entrevistador e o entrevistado fazem trocas. Na descrição, entrevistador e entrevistado trabalham por meio de uma linha de reflexão concreta, situações mais fortes, mais específicas, de acordo com o objeto de estudo.

Nas palavras de Ochoa, A. J. (1997, p. 2. tradução nossa):

A descrição constrói informação, ordena e dá sentido. Nunca é a apresentação de dados puros, isso nas ciências sociais é uma ilusão. A descrição é um primeiro resultado, uma radiografia que permite penetrar na leitura do social. No caso das histórias de vida, apresenta-nos uma primeira imagem. Silhueta em que a escrita da história e da cultura é marcada no corpo social do ator.

Já na fase de análise, pretende-se passar da análise da história individual para a análise da vida social. O objetivo da história de vida é se tornar uma ferramenta hermenêutica para interpretar a composição do social e seu movimento. Essas experiências e perspectivas subjetivas não devem, entretanto, analisar-se de maneira isolada a respeito da organização social. As narrativas, como gênero de ação e de representação verbal da vida cotidiana, devem ser consideradas como instâncias da ação social, construídas em circunstâncias concretas, cuja realização tem lugar em determinados contextos e organizações e que ocupam um lugar relevante entre as diversas formas nas quais se leva a cabo a vida cotidiana (OCHOA, A. J., 1997).

Para a seleção das mulheres, foi utilizado o *LinkedIn* como base de dados, considerando-se que tal rede social tem finalidade profissional e permite filtrar profissionais por área, tempo de carreira, formação acadêmica e região. Através desta plataforma, foi enviado o convite para mulheres de diferentes raças e com 10 anos ou mais de experiência profissional. Depois deste primeiro contato, foi enviado um e-mail por parte da orientadora para informar acerca da seriedade da pesquisa, como parte do programa de Mestrado da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo.

NOME FICTÍCIO	IDADE	ANOS DE EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL	SETOR DA EMPRESA
Maria	56 anos	36	Telecomunicações
Erin	36 anos	14	Engenharia Civil
Pina	33 anos	11	Comunicações
Vitória	31 anos	10	Educação

Nesta metodologia de pesquisa é importante gerar um ambiente de confiança em que as pessoas se sintam à vontade para compartilhar suas experiências de vida (HERNÁNDEZ, K. S, 2009), porém, devido ao cenário de pandemia (Covid-19), a aproximação foi virtual e foram necessárias várias vídeo chamadas prévias antes de dar início à pesquisa propriamente dita, a fim de construir algum vínculo entre o pesquisador e os participantes.

Posteriormente, foram realizados três encontros com cada mulher. Segundo Aceves, J. (1999), não há um número definido de encontros, cada investigação é única. Cada reunião durou entre uma hora e uma hora e meia. Essa duração permitiu que a narradora estivesse confortável e conseguisse reconstruir sua história de maneira mais precisa. No entanto, a particularidade da duração de cada encontro foi determinada pela dinâmica específica e pelo tipo de relacionamento que foi construído entre a pesquisadora e a narradora. Os encontros foram conduzidos à luz de critérios como escuta calorosa, e compreensão empática, (SANTAMARINA, C. E. : MARINAS, J.M, 1995).

A gravação dos encontros foi realizada com autorização prévia das participantes. As histórias foram transcritas na íntegra, preservando, tanto quanto possível, toda a sua riqueza, a falta de linguagem, lapsos, digitação, expressões idiomáticas, bem como os silêncios ou pausas das narradoras. No entanto, será feita uma edição no momento da submissão do material, pois serão modificados aspectos (nomes de lugares, pessoas, entre outros) que poderiam tornar as narradoras reconhecíveis.

Com a metodologia de histórias de vida se constrói uma memória através dos depoimentos das mulheres. Pode-se dizer que as circunstâncias e desafios podem mudar? Em parte sim, no entanto, o conteúdo humano, os relatos verdadeiros, as escolhas para superar desafios, o relacionamento com as pessoas, todas essas questões estarão à disposição dos leitores para inspirá-los, hoje e sempre.

## **Análise das histórias de vida**

O discurso como objeto de análise é uma ideia originária da produção intelectual de Pêcheux, na França dos anos 1960-1970, que não tardou a se destacar como espaço de articulação teórica e método: a Análise de Discurso (AD). Em sua nascente trajetória, a AD se desenvolveu a partir da convergência e interfaces de três campos distintos do conhecimento, quais sejam: a) a linguística - interrogando a historicidade por ela negligenciada; b) o materialismo - questionando a ausência do simbólico; e c) a psicanálise - reconhecendo a ideologia e a historicidade a ela inerente como materialidade implicada ao inconsciente (ORLANDI, 2012). Depois surgiu uma diversidade de vertentes teórico-metodológicas e também distintas posturas interpretativas, em parte decorrentes das múltiplas relações interdisciplinares voltadas à questão da linguagem e sua compreensão (WODAK, 2001).

Um dos métodos na pesquisa qualitativa é a análise crítica do discurso (ACD), que é uma forma de ciência social crítica, projetada para mostrar problemas enfrentados pelas pessoas em razão das formas particulares de vida social, fornecendo recursos para que se chegue a uma solução (WODAK, 2001). De acordo com Fairclough (2012, p. 312).

Na condição de ciência social crítica, a ACD tem objetivos emancipatórios e focaliza os chamados “perdedores” dentro de certas formas de vida social – os pobres, os excluídos socialmente, aqueles que estão sujeitos a relações opressivas de raça e sexo, e assim por diante

ACD começa a partir de problemas sociais prevaletentes e, assim, escolhe a perspectiva de quem sofre mais, e analisa criticamente aqueles que estão no poder, aqueles que são responsáveis e aqueles que têm os meios e a oportunidade de resolver esses problemas (VAN DIJK, 1986). ACD considera a linguagem como prática social e leva em consideração o contexto do uso da linguagem ser crucial (FAIRCLOUGH; WODAK, 1997). A ACD tem um interesse particular na relação entre linguagem e poder e visa investigar criticamente a desigualdade social conforme ela é expressa, sinalizada, constituída, legitimada e assim por diante no uso da linguagem (ou no discurso). “Conseqüentemente, três conceitos figuram indispensavelmente em todo ACD: o conceito de poder, o conceito de história, e o conceito de ideologia” (WODAK; MEYER, 2001, p. 3).

A ACD torna possível analisar pressões de cima e possibilidades de resistência ao poder desigual. De acordo com esta visão para Wodak (2001, p.3, tradução nossa)



Estruturas dominantes estabilizam as convenções e as naturalizam, ou seja, os efeitos do poder e da ideologia na produção de sentido são obscurecidos e adquirem formas estáveis e naturais: eles são tomados como 'dados'. A resistência é então vista como a quebra de convenções, de práticas discursivas estáveis, em atos de criatividade.

Sendo nossa problemática a desigualdade de gênero no ambiente organizacional, considera-se que a ACD é o melhor caminho para explorar a dimensão social e outras implicações contextuais do discurso das mulheres relações públicas.

Segundo Wodak (2001) a ACD não constitui um método empírico bem definido, mas sim um agrupamento de abordagens com uma base teórica semelhante e questões de pesquisa semelhantes. ACD se vê mais na tradição da *Grounded Theory* (Glaser e Strauss, 1967), onde a coleta de dados não é uma fase que deve ser concluída antes do início da análise, mas pode ser um procedimento em andamento.

Entre as distintas abordagens está, por exemplo, a de Teun A. Van Dijk. Ele não vê a teoria como a relação clássica de hipóteses causais, mas, como uma estrutura que sistematiza fenômenos da realidade social. Ele define discurso como um evento comunicativo, incluindo conversacional, interação, texto escrito, bem como gestos associados, trabalho de rosto, layout tipográfico, imagens e qualquer outra dimensão 'semiótica' ou multimídia de significação. Van Dijk se baseia em falas da teoria sócio-cognitiva e entende a linguística em um amplo sentido "estrutural-funcional". Ele argumenta que a ACD deve ser baseada em uma teoria sólida do contexto. Dentro disso, ele afirma que a teoria das representações sociais desempenha uma parte principal.

Por outro lado, Wodak (2001, p. 66) entende o discurso como

Um pacote complexo de atos linguísticos inter-relacionados simultâneos e sequenciais, que se manifestam dentro e através dos campos sociais de ação como tokens semióticos, orais ou escritos tematicamente inter-relacionados, muitas vezes como "textos", que pertencem a tipos semióticos específicos, ou seja, gêneros.

Finalmente, está Norman Fairclough, que assume uma posição específica da teoria de médio alcance: ele se concentra no conflito social e na tradição marxista e tenta detectar suas manifestações linguísticas nos discursos, em particular elementos de dominação, diferença e resistência. De acordo com Fairclough, toda prática social possui um elemento semiótico. A atividade produtiva, os meios de produção, as relações sociais, as identidades sociais, os valores culturais, a consciência e a semiose, são elementos dialeticamente relacionados da prática social. Ele entende a ACD como a análise das relações dialéticas entre semiose (incluindo a linguagem) e outros elementos das práticas sociais (FAIRCLOUGH, 2012).

Além de seu interesse pelas práticas sociais e as relações de poder, adotou-se a visão de Fairclough, pela sua clareza na metodologia de coleta, operacionalização e análise de dados.

O passo seguinte na pesquisa é seguir o modelo analítico dos cinco passos de Fairclough, 2012, p. 311:

1. Dar ênfase a um problema social que tenha um aspecto semiótico.
2. Identificar obstáculos para que esse problema seja resolvido.
  - A. Da rede de práticas no qual está inserido;
  - B. Das relações de semiose com outros elementos dentro das práticas particulares em questão.
  - C. Do discurso (a semiose em si):
3. Considera se a ordem social (a rede de práticas) em algum sentido é um problema ou não.
4. Identificar maneiras possíveis para superar os obstáculos.
5. Refletir criticamente sobre a análise.

Nas palavras de Fairclough (2012, p.12):

Uma característica-chave deste modelo é a combinação de elementos relacionais com elementos dialéticos. Ele combina uma apreciação negativa, no diagnóstico do problema, com uma apreciação positiva, na identificação das possibilidades até então inconcebíveis para sua resolução, levando em consideração a maneira como as coisas estão.

### **Considerações finais**

Primeiro, considera-se pertinente gerar esforços para conectar os diferentes grupos de pesquisa em comunicação existentes nas universidades do país, que abordam a temática de gênero, a fim de criar uma rede de pesquisadores que nos permita promover discussões sobre a condição das mulheres profissionais e encontrar soluções para as problemáticas produto da desigualdade de gênero no âmbito organizacional.

Segundo, ressalta-se o uso da metodologia de histórias de vida como uma abordagem que até o momento tem sido pouco explorada no âmbito da comunicação organizacional e relações públicas, e que pode apresentar grandes possibilidades dentro da pesquisa qualitativa. Nessas duas áreas são mais comuns estudos com questionários, entrevistas, grupos focais ou observação participante. As histórias de vida em geral são úteis quando o tempo e a história do comportamento dos atores são significativos para a reconstrução do social, para pensar que

existem objetos sociais que são percorridos pela nossa subjetividade e que isso pode ser captado pelo uso da linguagem, na dialética entrevistador-entrevistado.

## Referências

ACEVES, J. **Un enfoque metodológico de las historias de vida**. Propositiones, 29, 1999. Disponível em: <<https://www.sitiosur.cl/revista-hechos-urbanos>>. Acesso em: 29 jan. 2021.

BUTLER, J. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. Civilização Brasileira, Rio de Janeiro, 2003.

CLINE, C. G. **The Velvet Ghetto: The Impact of the Increasing Percentage of Women in Public Relations and Business Communication**. IABC Foundation, 1986.

CORNEJO, M.; ROJAS, R.C.; MENDOZA, F. **La investigación con Relatos de Vida: Pistas y opciones del Diseño Metodológico**. Psykhe, 17, 29-39, 2008.

DE LAURETIS, T. **Technologies of gender, essays on theory, film and fiction**. Bloomington, Indiana: Univ. Press, 1987.

ESCOSTEGUY, A. C. (Org). **Comunicação e gênero: a aventura da pesquisa**. EdiPUCRS, Porto Alegre, 2008.

FAIRCLOUGH, N. **Análise Crítica do Discurso como Método em Pesquisa Social Científica**. 2012.

FAIRCLOUGH, N.; WODAK, R. **Critical discourse analysis**, in T Van Dijk (ed.), Discourse Studies: A Multidisciplinary Introduction. London: Sage. v. 2. p. 258 - 84, 1997.

GRUNIG, L. A.; TOTH, E. L.; HON, L. C. **Women in Public Relations: How Gender Influences Practice**. New York: Guilford Press, 2001.

HALL, R. H. **Organizações: estruturas, processos e resultados**. São Paulo: Prentice Hall, 2004.

HERNÁNDEZ, K. S. **El método historia de vida: alcances y potencialidades**, 2009.

HODGKIN, S. **Telling It All: A Story of Women's Social Capital Using a Mixed Methods Approach.** Journal of Mixed Methods Research. October 1, 2008. Disponível em: <<https://doi.org/10.1177%2F1558689808321641>>. Acesso em: 8 out. 2020.

HON, L. C. **Toward a Feminist Theory of Public Relations.** Journal of Public Relations Research, 7 (1), p. 27-88, 1995.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Estatísticas de Gênero, Indicadores sociais das mulheres no Brasil.** 2ª edição, 2021. Disponível em: <<http://abet-trabalho.org.br/ibge-estatisticas-de-genero-indicadores-sociais-das-mulheres-no-brasil>>. Acesso em: 10 março 2021.

LATIN AMERICAN COMMUNICATION MONITOR 2020 - 2021. **Techo de Cristal en Comunicación, especial LCM #8M #InternationalWomenDay.** Disponível em: <<https://latincommunicationmonitor.com/>>. Acesso em: 8 março 2021.

MORRISON, A. M.; RANDAL, P. W.; VELSOR, E. V. **Breaking the Glass Ceiling: Can Women Reach the Top of America's Largest Corporations?.** Addison Weed. New York, 1987.

OCHOA, A. J. **Las historias de vida: Un balcón para leer lo social.** Razón y Palabra, 5(1), 1997. Disponível em: <<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n5/hist.htm>>. Acesso em: 16 fev. 2020.

ORLANDI, E.P. **Análise de discurso: princípios e procedimentos.** Campinas: Pontes; 2012.

POWELL, G. N.; BUTTERFIELD, D. A. **Investigating the glass ceiling phenomenon.** Academy of Management Journal, v. 37, p. 68; 86, 1994.

SANTAMARINA, C.; MARINAS, J. M. **Histórias de vida e história oral.** En J. M. Delgado & J. Gutiérrez (Eds.). Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales (pp. 257- 285). Madrid: Síntesis, 1995.

SCOTT, J. **Gender: a useful category of historical analyses.** Gender and the politics of history. New York, Columbia University Press. 1989.

TOPIC, M; DIERS LAWSON, A. **Euprera Vol. 1 No. 1 - Women in Public Relations: A Literature Review (1982-2019).** Project Report. Creative Media and Communications Research Ltd & EUPRERA, Leeds/Brussels, 2019.

VAN DIJK, T.A. **Racism in the Press.** London: Arnold, 1986.

WODAK, R AND MEYER, M. **Methods Of Critical Discourse Analysis.** SAGE Publications Ltd. 2001.



WORLD ECONOMIC FORUM. **Global Gender Gap Report, 2020**. Disponível em:  
<<https://www.weforum.org/reports/gender-gap-2020-report-100-years-pay-equality>> Acesso em: 13  
jan. 2020.