

PRÁCTICAS ORGANIZACIONALES DE LO DISCURSIVO A LO INCLUSIVO EN DIVERSIDAD SEXUAL Y DE GÉNERO

ORGANIZATIONAL PRACTICES FROM THE DISCURSIVE TO THE INCLUSIVE IN SEXUAL AND GENDER DIVERSITY

Investigadores USAL:

Pagani, Gabriela (gabriela.pagani@usal.edu.ar); Gómez, Gabriela Yamila; De Gennaro, Faustina;
Soto, María Raquel

Palabras clave: relaciones públicas, diversidad sexual, responsabilidad social empresaria

Keywords: *PR, sexual diversity, corporate social responsibility*

Resumen

La investigación que se presenta tiene como objetivo principal analizar la consistencia entre el discurso corporativo, las prácticas internas y mensajes publicitarios —de marca e institucional— durante los últimos cuatro años (2017-2020) de las empresas que promueven el respeto por la diversidad sexual y de género. El tema surge a partir de la observación del avance de los discursos de las empresas hacia sus públicos externos sobre la diversidad sexual y de género, expresados claramente en sus discursos publicitarios, mientras que la comunicación de estos aspectos puertas adentro de las organizaciones no parece estar tan presente. La situación se da aunque un gran porcentaje de compañías en Argentina suscribe a un modelo de gestión socialmente responsable y a que la sociedad está en un proceso de incorporación de la diversidad sexual y de género a las prácticas cotidianas. En cuanto a los objetivos específicos, se plantean: a) evidenciar los anclajes de sentido predominantes respecto de cuestiones de diversidad sexual y de género en la comunicación corporativa argentina de los últimos cinco años (2017-2020); b) identificar las definiciones sobre diversidad sexual y de género presentes en los materiales identitarios corporativos de las empresas analizadas; c) describir las acciones y prácticas organizacionales que llevan adelante las empresas en relación con la inclusión y respeto por la diversidad sexual y de género, y d) caracterizar desde lo retórico, temático y enunciativo el discurso publicitario en torno a cuestiones de diversidad sexual y de género. Cabe aclarar que se eligió este recorte temporal ya que en el año 2017 se cumplieron cinco años de la sanción de la Ley Nacional 26743 de Identidad de Género, que marcó un punto de inflexión en materia de derechos sobre la identidad sexual. Este período puede considerarse suficiente como para analizar la consolidación de ciertas conductas organizacionales a partir de los parámetros impuestos por la legislación. Por último, el presente proyecto propone también la generación de materiales y herramientas que permitan fortalecer las prácticas y discursos sobre la inclusión y respeto por la diversidad sexual y de género en busca de un cambio cultural a nivel organizacional.

Abstract

The research's main goal is to analyze the consistency among the corporate speeches, the internal practices, and advertising messages -brand and institutional- during the last four years (2017-2020) of companies that promote respect for sexual and gender diversity. This topic arises through the observation of the advances in the companies' speeches addressed to their external audiences about sexual and gender diversity, clearly expressed in them, however, the communication of these aspects behind closed doors does not seem to in the spotlight. This happens despite the fact that a large percentage of Argentine companies subscribe to a responsible social management model, and also because society is gradually incorporating sexual and gender diversity into daily practices. The main goals are: a) to evidence the predominant meanings regarding sexual and gender diversity in the Argentine corporate communication during the last four years (2017-2020); b) to identify sexual and gender diversity definitions present in the corporate identity texts of the analyzed companies; c) to describe actions and practices carried out by companies regarding sexual and gender diversity inclusion; d) to characterize rhetorical, thematic and expository aspects in the advertising speech, related to sexual and gender diversity. This temporary approach was considered because by 2017, 5 years have elapsed since the enactment of the Ley Nacional 26743 de Identidad de Género [Gender Identity National Act 26743], which meant a turning point regarding sexual identity rights. This period can be considered sufficient to analyze the consolidation of certain organizational behaviors based on the parameters imposed by the legislation. Finally, this project also proposes the creation of materials and tools that allow the strengthening of the practices as well as the speeches regarding inclusion and respect for sexual and gender diversity, looking for an organizational cultural change.