

# diversidade na prática:

o **PR** como  
ferramenta de  
**impacto** real  
para o mercado  
de trabalho.



## sobre a Blend Edu:

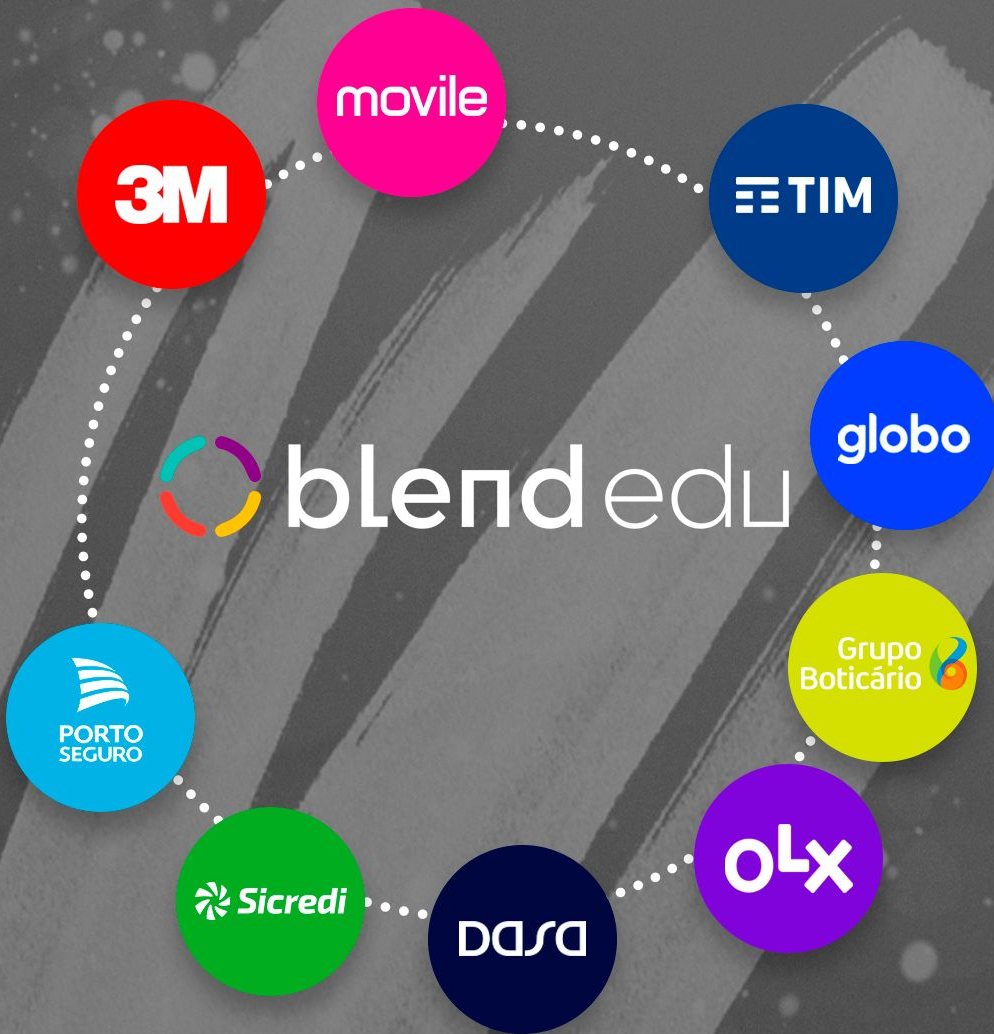


tem como propósito **transformar** organizações ao potencializar a **diversidade**; se coloca como uma especialista em inovação para que empresas possam construir seus próprios programas de diversidade e inclusão (D&I), através de treinamentos e consultorias.



fundada em **2018** pela **Thalita Gelenske**, atual **CEO**, a startup analisa o grau de **diversidade da empresa**, traça planos de como avançar na discussão e cria rotinas para implementar políticas e ações de longo prazo.





- em linhas gerais, a proposta de valor consiste em levar a **teoria da diversidade para a prática**, em empresas.
- já são mais de **90** companhias atendidas: **3M, OLX Brasil, Globo e TIM**, impactando aproximadamente **40 mil** pessoas.





# primeiro, era preciso amplificar e credibilizar a mensagem

- diante de um propósito tão nobre, e uma ideia de negócio promissora, era preciso **maximizar a credibilidade e impulsionar** a proposta de valor da **Blend Edu**, para que mais gente pudesse a conhecer.
- em outubro de 2022, a **Blend Edu** foi para 7ª temporada do **Shark Tank**, programa da Sony voltado para o empreendedorismo. ali, **amplificamos** a mensagem, falamos com a massa.
- **todos** os tubarões deram o aval para o projeto, algo **inédito** desde a segunda temporada do programa.
- assim conseguimos unir a mensagem da **diversidade na prática** sendo passada em um **canal massivo e popular**, com a chancela de vários empresários renomados.

# a partir desse fato, nossa história começa a ser contada através de uma estratégia de PR:



- era hora de comunicar que agora existe uma empresa que vai ajudar outras a trazer a **diversidade para o dia a dia** delas, **na prática**.
- assim, começamos a **construir a reputação** institucional da **Blend Edu**, com uma história que se apoia em credibilizar a proposta de valor da startup e propagar isso em veículos relevantes de tier 1.
- o que antes era muito teórico, passa a ser mais **tangível e mensurável**, o mercado começa a ser "educado" nesse aspecto.
- o trabalho de **imprensa conseguiu mostrar o valor** real ao se investir em programas sérios de D&I, sendo possível mensurá-lo.



# alguns destaques e resultados:

**38**

clippings de T1 no período de execução desse case

**437 milhões**

de impressões

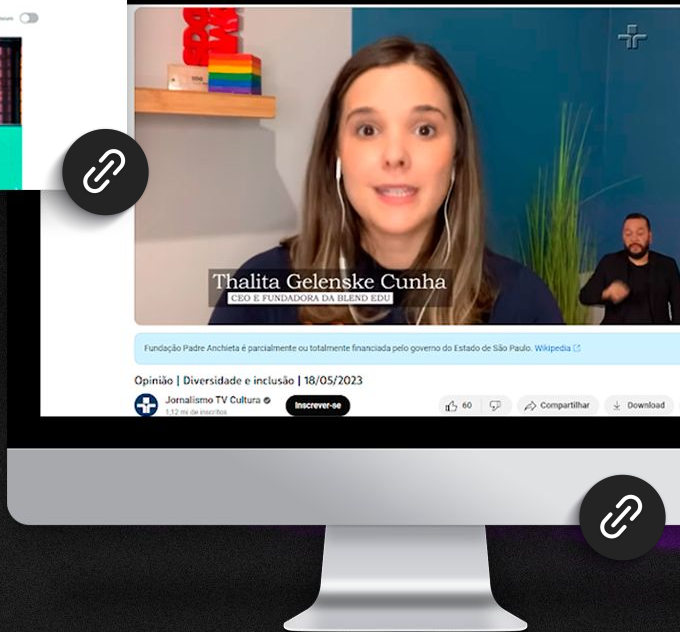
**61%**

das inserções totais posicionam a Blend Edu como referência em diversidade e inclusão

**4**

aparições em TV

todos os resultados





**com a reputação institucional sendo construída na estratégia de PR, abrimos uma bifurcação.**

**1. alavancar o posicionamento de autoridade da Blend Edu com:**

- divulgação de uma **pesquisa** sobre o **impacto da diversidade** nas empresas brasileiras,
- parceria estratégica com o **portal Mídia Ninja**.

**2. Thalita Gelenske** como **porta-voz** e referência da **comunidade LGBTQIAP+**.

# 1. alavancar autoridade de Blend Edu.

- a **Blend Edu** lança uma pesquisa que mostra como a **diversidade tem sido aplicada, na prática**, em empresas brasileiras. começamos a divulgar esses números na **imprensa** com um viés educacional.

207

clippings sobre a pesquisa de mercado da Blend Edu

veja

## Mais de 80% das empresas investem em diversidade e inclusão, aponta estudo

A maioria das 117 companhias consultadas dedicam parte do orçamento à estratégias para ações inclusivas



CNN  
Plural

## Diversidade e inclusão: conceito, diferenças e como prover nas empresas

Diversidade e inclusão são conceitos diferentes, que podem trazer benefícios para as empresas quando caminham em conjunto.



Valor Carreira

## Estudo traça panorama das ações de diversidade em empresas do Brasil

Pesquisa realizada pela startup Blend Edu revela quais aspectos têm sido priorizados pelas companhias

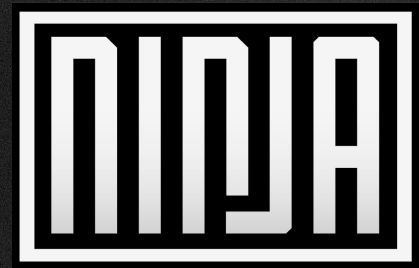


CNN  
Plural

## Cada vez mais empresas investem em áreas exclusivas de Diversidade e Inclusão

Uma pesquisa feita com mais de 100 companhias mostrou que muitas delas possuem orçamento dedicado para o crescimento de ações de D&I





- esse movimento abriu portas para uma **parceria**: a colaboração de conteúdo entre **Blend Edu** e o **portal Mídia Ninja**, no mês do orgulho **LGBTQIAP+**, junho de 2023. nasceu a série “**Histórias de Diversidade e Inclusão no Universo Corporativo**”.
- durante as quatro semanas do **mês do orgulho**, um novo texto era veiculado na coluna de **Tatiana Barros** (e nas redes sociais do **Mídia Ninja**), trazendo histórias reais no mercado de trabalho de personagens minorizados.



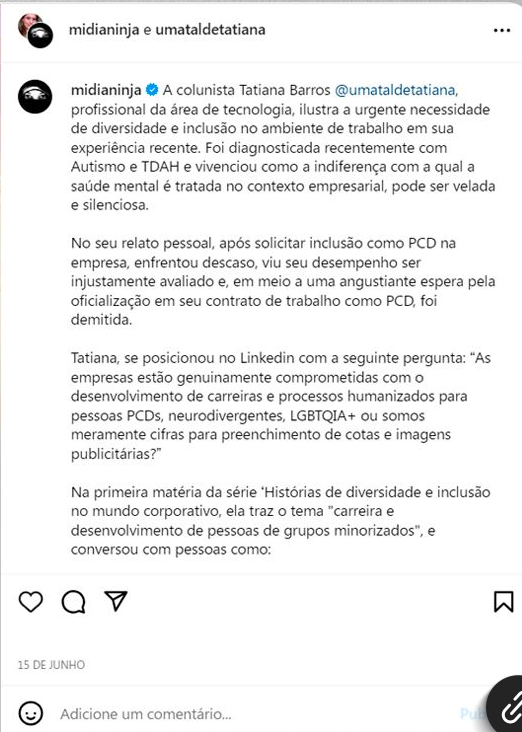


**4,5 milhões**

de pessoas impactadas no  
instagram (seguidores do  
Mídia Ninja)



**Série 'Diversidade e Inclusão  
no Mundo Corporativo':  
conheça a carreira de pessoas  
em grupos minorizados**



**175 mil**

de pessoas impactadas no  
site do Mídia Ninja

## 2. porta-voz da Blend Edu

- uma **estratégia** integrada de crescimento e construção de **marca + negócio** pode ser acelerada - e muito - quando os porta-vozes da empresa começam a se expor em redes estratégicas, criando um **tom de voz** e um posicionamento específico.
- a **MOTIM** viu essa oportunidade no perfil da **Thalita Gelske, CEO e fundadora da Blend Edu**. em posts semanais, começamos a fomentar uma discussão em comunidade acerca de temas derivados do universo da **diversidade**, território explorado **nesse case**.
- o desafio era contribuir para conquistar a nomeação de **LinkedIn Top Voice** em **Diversidade** ao aumentar a **presença** da marca pessoal da **Thalita** e **relevância** como profissional e empreendedora **referência em Diversidade** e potencializar a marca da **Blend Edu**.

*Top Voices é uma espécie de "ranking" em um formato de série de listas curadas pelos editores da equipe LinkedIn Notícias com o objetivo de destacar os criadores de conteúdo que devem ser seguidos e que abordam os segmentos e/ou tópicos escolhidos.*





Thalita Gelske 🇧🇷 • 2º

LinkedIn Top Voice | Forbes Under 30 | Ajudo...  
9 m • 🗨️

2023 é sobre esperança (e ainda mais luta)!

Se no ano passado 81% das empresas afirmaram destinar recursos específicos para ações de Diversidade e Inclusão (número 14% maior que 2020), podemos esperar um cenário ainda melhor daqui pra frente... e é gratificante ver o reflexo positivo da nossa luta diária!

O mais legal de tudo é que houve um avanço considerável no investimento e estruturação do tema de D&I em empresas de pequeno e médio porte. Em 2020, em estudo realizado pela Blend Edu | Diversidade SA, nenhuma empresa de pequeno porte afirmava ter uma área dedicada à gestão da diversidade. Já na 2ª edição da nossa "Pesquisa Benchmarking: Panorama das Estratégias de Diversidade no Brasil 2022 e tendências para 2023", houve um aumento BEM relevante e o percentual chegou a 75%!



Thalita Gelske 🇧🇷 • 2º

LinkedIn Top Voice | Forbes Under 30 | Ajudo...  
4 m • 🗨️

Vamos explorar juntos a fadiga da mudança nas empresas?

Recentemente li um artigo na Harvard Business Review que aborda exatamente essa questão, e fiquei surpresa com o que revelava a pesquisa:

📌 70% das empresas enfrentam desafios com a resistência das pessoas colaboradoras em relação às mudanças organizacionais.

📌 A fadiga causada pelo excesso de mudanças está afetando a performance e a experiência dos funcionários, levando a uma diminuição do engajamento e aumento da rotatividade.



Thalita Gelske 🇧🇷 🇺🇸 • 2º

LinkedIn Top Voice | Forbes Under 30 | Ajudo empresas a...  
6 m • 🗨️

Ao longo dos últimos dias, discutimos muito o tema "assédio" por causa do BBB. Mas o que nem sempre é abordado (e eu acho importante refletir) é como recorrentemente a vítima ficar sem reação.

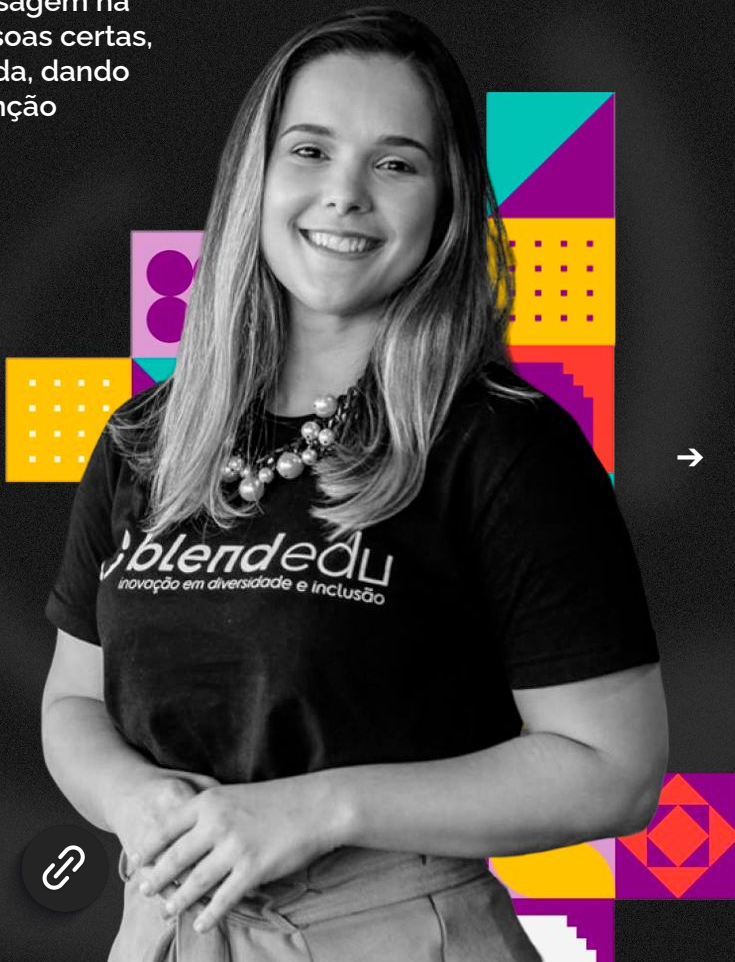
Eu mesma (já adulta, empoderada e contextualizada no debate de equidade de gênero), já me vi absolutamente paralisada durante uma situação de assédio em um transporte público, infelizmente tão usual ainda nos dias de hoje.

Mas essa sensação de paralisia não se aplica apenas em situações de assédio ou importunação sexual. Eu já me vi algumas vezes sem palavras diante de piadas machistas, expressões racistas e comentários homofóbicos.



→ a estratégia consistia em ter uma mensagem na hora certa, no tom certo e para as pessoas certas, criando uma comunidade engajada, dando luz a assuntos que não recebem a atenção necessária normalmente, a partir de:

- conteúdos de **opinião** em caráter de provocação e reflexão sobre temas de **Diversidade em alta** (curadoria),
- conteúdos **institucionais** sobre as ações da empresa **Blend Edu** e seus clientes,
- conteúdos de **carreira, liderança e desenvolvimento pessoal** contribuindo para artigos do **LinkedIn Notícias**,



LinkedIn  
**TOP VOICES**  
CEO 2023

→ após 10 meses, em junho 2023, **Thalita** foi selecionada e anunciada junto com mais 4 representantes da temática **“Diversidade e Inclusão”** como **Top Voice do LinkedIn**, e acumulou uma comunidade de seguidores de mais de 20 mil pessoas.



a primeira aceleradora de reputação e gestora  
de posicionamento do mundo.



Luís de Magalhães, **head of PR**

Caroline Tondato, **PR leader**

Raphael Rodrigues Bueno, **coordenador de PR**

Jéssica dos Santos, **atendimento de PR**

Laura Camolezi, **estagiária de PR**

Ana Laura Motta Vaz , **content manager e lder de LinkedIn PR**

Stephanie Haidar, **especialista de conteúdo para LinkedIn PR**

Vitor Hugo Norberto, **estagiário de LinkedIn PR**

Matheus Angioleto, **estrategista de LinkedIn PR**

