

AÇÕES AFIRMATIVAS PARA NEGROS (AS) NO MUNDO CORPORATIVO: BREVE HISTÓRICO E PANORAMA RECENTE

Nathália Victória Gomes da Silva, Prof. Humbert Reis dos Santos Souza², Prof. Dr. Pedro Jaime Coelho¹

¹ Administração, FEI

² Administração, IFRJ

e-mails: unibnsilva@fei.edu.br / pedrojaime@fei.edu.br

Resumo: Este trabalho explora o histórico e atualidade de ações afirmativas no mundo corporativo brasileiro, com foco nas iniciativas voltadas para a inclusão de pessoas negras iniciadas em 2020 pelas empresas Bayer e Magalu e que geraram controvérsias no debate público. Ancorado na teoria da Economia das Grandezas, o estudo explora opiniões e posicionamentos de diferentes atores sociais com relação a esses programas e identifica as maneiras como justificam as posições assumidas nessas controvérsias.

1. Introdução

As ações afirmativas voltadas para a inclusão de pessoas negras nas organizações são um grande passo na luta contra o racismo estrutural que ainda marca a sociedade brasileira. O Brasil, formado historicamente pela escravidão, ainda carrega no imaginário social ideias de inferiorização de pessoas negras (Guimarães, 2003).

Dados atuais mostram que a população brasileira é formada majoritariamente por pessoas negras, ou seja, pessoas que se identificam como pretas ou pardas, compondo mais de 50% da população. Pretos e pardos são maioria no mercado de trabalho também. Porém, os rendimentos de trabalhadores brancos são 61,4% maiores.

Dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística mostram que negros são maioria em cargos operacionais, braçais e nos serviços domésticos (IBGE, 2023). Esses dados corroboram com o evidenciado por Guimarães (2003), que sinaliza para a existência de desigualdades sociais entre brancos e negros, ressaltando que essas desigualdades resultam em diferentes oportunidades de vida, privilegiando alguns indivíduos e prejudicando outros com base na cor da pele. Isso caracteriza o que se conhece como racismo estrutural.

Neste contexto, as ações afirmativas surgem como uma resposta necessária o enfrentamento dessas desigualdades. Esse tipo de ação busca introduzir uma “discriminação positiva”, colocando em foco os indivíduos com alguma característica limitadora perante a sociedade, excluindo os demais indivíduos dessas ações, para assim, conseguir equilibrar as oportunidades para todos (Xavier, 2017). Fato é que iniciativas de ações afirmativas em prol do segmento negro no Brasil só vieram a ser efetivadas amparadas na legislação em 2001, com a implementação de leis de cotas mínimas de pessoas negras em órgãos do governo (Moehlecke, 2002).

Com o avanço do movimento negro no Brasil, reivindicando direitos e igualdade, o país tem alcançado importantes conquistas em relação a oportunidades, acolhimento e reconhecimento da população negra, o que

se estende ao mercado de trabalho. Isso inclui leis que obrigam instituições públicas a manterem uma quantidade mínima de pessoal negro em seu quadro de funcionários, bem como programas de inclusão focados no desenvolvimento profissional de profissionais negros. Mais recentemente, em 2020, as empresas Bayer e Magalu entraram em foco ao lançarem programas de trainee exclusivos para pessoas negras. Esses programas trouxeram à tona um debate público, gerando controvérsias e dividindo opiniões.

Este trabalho busca explorar o histórico e o impacto recente das ações afirmativas no Brasil, com foco nas iniciativas voltadas para o mundo corporativo. Em especial, examina-se mais a fundo as iniciativas das empresas Bayer e Magalu direcionadas à população negra, explorando os impactos e repercussão dessas ações no debate público.

2. Metodologia

Esta pesquisa terá duas estratégias de investigação. A primeira delas será a reconstrução do histórico das ações afirmativas para negros no mundo corporativo brasileiro, utilizando-se capítulos de livros e artigos científicos, utilizando-se capítulos de livros e artigos científicos. A segunda estratégia será o mapeamento das controvérsias públicas geradas pelos programas exclusivos para negros lançados pelas empresas Bayer e Magalu, que será feita por meio da análise de documentos, mais específicas reportagens veiculadas na grande mídia e capturadas por levantamentos na internet. A partir dessas matérias jornalísticas serão identificadas as justificativas que diferentes atores sociais dão para as posições assumidas por eles nessas controvérsias públicas. Essa análise será empreendida recorrendo-se ao quadro analítico fornecido pela teoria da Economia das Grandezas, de Luc Boltanski e Laurent Thévenot.

3. Etapas futuras

Após a fase inicial de pesquisa, que consistiu na leitura de artigos e/ou capítulos de livros de alguns autores seminais para compreensão e domínio de conceitos de base sobre a questão racial, a projeção é de se fazer um mapeamento, por meio das repercussões na mídia, das controvérsias públicas geradas pelo lançamento nos anos de 2020 e de 2021 de programas de trainees voltados exclusivamente para jovens negros(as) pelas companhias Magalu e Bayer. O objetivo será identificar as justificativas que diferentes atores sociais dão para as posições assumidas por eles nessas controvérsias públicas.

4. Referências

[1] *GUIMARÃES, Antonio. Como trabalhar com “raça” em sociologia. Educação e Pesquisa, São Paulo, v.29, n.1, p. 93-107, jan./jun, 2003.*

[2] *XAVIER, Leandro. A construção histórica das ações afirmativas para afrodescendentes no Brasil, 2017.*

[3] *MOEHLECKE, Sabrina. Ação afirmativa: História e debates no Brasil, 2002.*

[4] *BOLTANSKI, Luc; THÉVENOT, Laurent. A sociologia da capacidade crítica, 1999.*

¹ Aluna de IC do Centro Universitário FEI. Projeto com vigência de 03/2024 a 12/2024.