

## Vogado e Pedro: O papel das empresas nas políticas antirracistas

Em um sistema jurídico que afirma a igualdade e a liberdade como direitos humanos fundamentais e a dignidade humana como fundamento constitucional da República, o combate ao racismo se torna um dever civilizatório. Diferentes atores sociais devem contribuir para a eliminação da discriminação racial, mas é certo que um tipo especial de responsabilidade recai sobre aqueles que, por ocuparem posições de privilégio, detêm os meios para impactar de modo mais significativo. Face à imperativa necessidade de auto-responsabilização pela mudança social, cabe a pergunta: qual o papel das empresas na criação de



As sociedades empresárias atuam, por excelência, na geração

de riqueza mediante a circulação de bens e serviços. Contudo, ressalta-se que a atividade empresarial também é constitucionalmente vinculada à consecução de uma função social. Isso significa reconhecer, em certo grau, a existência de um interesse social nos impactos do seu exercício, seja no sentido de proteger suas consequências benéficas, como geração de emprego e renda, seja no sentido de coibir ações incompatíveis com interesses coletivos, como danos causados ao meio ambiente e ao consumidor.

Nessa privilegiada interseção entre a sua importância na vida econômica e a função social atribuída a si pelo Estado democrático de Direito, as empresas se afiguram como potenciais forças motrizes em direção a uma sociedade mais igualitária. Contudo, para que esse potencial transformativo seja devidamente utilizado, não basta a adoção de uma postura passiva de respeito e tolerância: é necessário engajamento e proatividade na criação de políticas antirracistas.

Uma primeira e importante forma de engajamento pode ser promovida a partir de um olhar reflexivo sobre o próprio quadro empresarial. Uma pesquisa realizada entre os anos de 2014 e 2015 pelo Instituto Ethos coletou dados de cerca de 117 das maiores empresas brasileiras, conforme ranking da revista *Exame*. Nessa pesquisa, foi constatado que, embora 59% da população do país fosse composta por negros, eles ocupavam apenas 6,3% dos cargos de gerência. Em relação a cargos executivos, esse percentual caía a 4,7%. Muitos dos gestores participantes da pesquisa apontaram a *"falta de conhecimento ou experiência da empresa para lidar com o assunto"* como uma das causas da composição desigual [\[1\]](#).

Decorre dessa constatação que a solução de eventuais entraves existentes à representatividade racial no ambiente corporativo perpassa por políticas voltadas à instrução dos próprios gestores. Portanto, políticas de capacitação, para a correta identificação de práticas discriminatórias e para a promoção de medidas antirracistas mais eficientes, podem ser chaves para o sucesso de um projeto empresarial



---

comprometido com a inclusão racial.

Ademais, o ambiente empresarial é área fértil para a implementação de ações afirmativas. Algumas opções podem ser adotadas, como a definição de metas de representatividade a longo prazo para todos os níveis da empresa; a conscientização contínua de todos os funcionários sobre racismo e preconceito; o estabelecimento de regras claras e punições para condutas discriminatórias; a adoção de políticas de inclusão para os trabalhadores negros; e a capacitação para formar lideranças.

Já no campo virtual, a amplificação de vozes negras por meio dos canais da empresa em redes sociais é uma faceta das políticas de representatividade capaz de contribuir para a difusão de experiências e vivências relativas à negritude. "Ocupações" de perfis empresariais com alto engajamento por pessoas negras [2], por exemplo, conferiria espaço de fala a sujeitos antes invisibilizados, impactando positivamente no tipo de influência digital que a empresa projeta de si mesma e da sociedade à sua volta.

Por fim, outra política antirracista ao alcance das empresas é a utilização da sua capacidade econômica para a subvencionar iniciativas sociais voltadas ao combate à discriminação racial. O apadrinhamento de uma causa social é uma maneira de valorizar o protagonismo negro por meio da viabilização financeira de seus esforços, instituindo o engajamento com a comunidade como um valor corporativo.

O segmento empresarial tem um papel fundamental a desempenhar para a modificação da realidade racial. A discriminação está presente não apenas nas atitudes racistas, mas também na inércia daqueles que possuem os meios para repensar estruturas e implementar ações transformadoras. Por meio da adequada compreensão do problema e da iniciativa em produzir soluções inteligentes e antirracistas, há espaço para a construção de um novo sentido para a participação do princípio da função social da empresa na consecução dos objetivos constitucionais.

[1] INSTITUTO ETHOS (São Paulo). Perfil social, racial e de gênero das 500 maiores empresas do Brasil e duas ações afirmativas, São Paulo, ano 2016, p. 23, maio 2016.

[2] BAVON, Ana. Quando uma mulher negra ocupa o perfil de um CEO com meio milhão de seguidores. Forbes, 26 jun. 2020. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-collab/2020/06/ana-bavon-quando-uma-mulher-negra-ocupa-o-perfil-de-um-ceo-com-meio-milhao-de-seguidores/>. Acesso em: 19 nov. 2020.