

**DIVERSIDADE ÉTNICO-RACIAL NO MERCADO DE TRABALHO:
UM ESTUDO SOBRE O PROCESSO SELETIVO DE TRAINEE PARA
NEGROS DO MAGAZINE LUIZA 2021**

**ETHNIC-RACIAL DIVERSITY IN THE JOB MARKET: A STUDY ON
MAGAZINE LUIZA'S RECRUITMENT AND SELECTION PROCESSES
FOR BLACK TRAINEES**

Barbara Assis de Souza
Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado
ba.bisouza@hotmail.com
Brasil

Guilherme Moreira da Silva
Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado
dguiga@gmail.com
Brasil

Janaina Mara Marssola
Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado
jm.marssola@gmail.com
Brasil

Renata Marília Ferreira da Silva
Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado
remarilia@outlook.com
Brasil

Flavia Kao Nabeshima
Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado
flavia.kao@fecap.br
Brasil

Recebido: 26/05/2022 – Aprovado: 18/11/2022. Publicado Dezembro/2022.

Processo de Avaliação: Double Blind Review.

RESUMO:

O presente artigo tem a intenção de analisar a opinião de pessoas negras e pardas em relação a processos seletivos exclusivos, aplicando uma pesquisa qualitativa, descritiva e exploratória, fazendo uso do método de grupos focais. Esse trabalho contribui para a discussão de diversidade racial dentro das organizações além de somar com a literatura de ESG principalmente no âmbito social por entender que as ações afirmativas contribuem para o aumento da diversidade étnico-racial nas organizações.

Palavras-chave: Diversidade racial; Programa de trainee; Mercado de trabalho; negros nas organizações

ABSTRACT

This article aims to analyze the opinion of black/brown people in relation to exclusive selection processes, applying a quality, descriptive and exploratory research, using the method of focus groups. This work contributes to the discussion of racial diversity in organizations, in addition to adding ESG literature mainly in the social environment by understanding that affirmative actions contribute to the increase of ethnic-racial diversity in organizations.

Keywords: Racial diversity; Trainee program; Labour market; Black/Afroamerican in workplace

1. INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas observou-se um crescimento constante no tema “responsabilidade empresarial”. A sigla ESG, que em português significa “ambiental, social e governança” (Sitta & Lima, 2020) está cada vez mais presente nos fóruns de discussões, além de estar sendo introduzida ao planejamento estratégico das empresas, porque as torna mais competitivas.

Segundo Cox “as organizações precisam tornar-se “multiculturais” para capitalizar os benefícios e minimizar os custos associados à diversidade, daí o grande interesse das empresas nesse tema” (Cox, 1993 como citado em Coutinho, Costa, & Carvalho, 2009).

Apesar do tema em questão ser objeto de estudos, e os discursos de inclusão estarem bem presentes atualmente no ambiente organizacional, os dados extraídos do Instituto Ethos, divulgados em 2019 pelo portal G1, apontam que os profissionais negros representam apenas 4,7% do quadro executivo dentre as 500 empresas pesquisadas (Trevizan & Bridi, 2019). Em outras palavras, embora os pardos e negros representassem 56,2% da população em 2018 (cerca de 118 milhões de pessoas), sua representação na alta liderança era, e ainda é, baixa.

Diante deste cenário, algumas empresas começaram a elaborar estratégias para que se tornassem cada vez mais diversas e competitivas. Para isso, alguns programas de incentivo foram criados, como é o caso do processo seletivo de trainees 2021 da varejista Magazine Luiza, objeto da nossa análise. Este processo visa preparar jovens talentos negros e pardos para assumir cargos de liderança na empresa em uma média de três anos. Esta ação fez-se necessária, pois, após uma varredura em seu quadro de colaboradores houve a constatação de que havia poucos negros no seu quadro executivo. Neste sentido, outras empresas abriram processos seletivos similares, como é o caso da Bayer (multinacional alemã de saúde e agricultura) e do Bank of America (um grande banco americano).

Por isso, pensando em analisar mais a fundo o processo seletivo que deu início a esta tendência, o objetivo geral deste estudo é analisar a percepção dos negros e pardos relacionados ao programa exclusivo de trainee da Magazine Luiza; além de tais considerações, este trabalho tem como objetivos específicos analisar a opinião das pessoas autodeclaradas negras e pardas em relação a Magazine Luiza como marca empregadora; analisar qual a opinião de pessoas autodeclaradas negras e pardas sobre processos de trainees exclusivos para pessoas negras; e analisar a efetividade deste tipo de programa exclusivo com base na opinião de pessoas autodeclaradas negras e pardas.

Assim, a pergunta a serem respondida é: *“Como pessoas negras e pardas que estão cursando ou já concluíram o ensino superior percebem os processos exclusivos?”*.

Ao responder esse questionamento, esse estudo visa apontar caminhos para futuras ações afirmativas dentro de outras organizações, contribuindo assim com a sociedade para um futuro mais igualitário no mercado de trabalho.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 O contexto histórico do racismo no Brasil

A etimologia da palavra “racismo” dentro da sociedade, voltado para a visão comparativa de um grupo específico em detrimento da distinção perante outro grupo específico, trata-se de uma ideia ainda contestada pela ciência. Este termo surgido em meados do século XX encontrou na França em 1902 seu primeiro registro num artigo da época, mas

teve seu apogeu dentro das políticas nazistas, motivado pela necessidade de denominar as práticas cometidas pela Alemanha durante a Segunda Guerra Mundial (Rodrigues, 2020).

Ao trazer o conceito de racismo para o cenário brasileiro observa-se que seu desenvolvimento ocorreu de maneira subjetiva, através de discursos e práticas sociais sob a ideologia da harmonia racial (Schucman, 2010). Diversas evidências apontam para o racismo nacional como principal fator de desigualdade racial, normalmente praticado de maneira sutil. Apesar do colorismo da população, as desigualdades raciais são agrupadas em dois grupos não reconhecidos pelo IBGE: “brancos” e “não brancos”, cada qual com acesso a oportunidades de trabalho de acordo com categoria na qual se enquadram (Schucman, 2010).

Guimarães (2006) vai além e propõe que a tonalidade da pele dos indivíduos está diretamente relacionada à classe social na qual estes estão inseridos e conclui que a cor de pele possui correlação direta com o nível de pobreza. Já Henriques (2001) conclui que a população negra está exposta à desigualdade de oportunidades e aponta que os negros estão continuamente indicados em classes de pobreza, sendo os negros com alto poder aquisitivo minoria dentro desta classe. Também aponta a desigualdade educacional entre os negros e brancos, reconhecendo a necessidade de instrução educacional para a formação dos indivíduos.

Na tentativa de dirimir os espaços entre negros e brancos, o Estado instituiu leis de cotas raciais, potencializando o ingresso de pardos e negros em universidades públicas e privadas, elevando assim o nível acadêmico dos negros e aumentando o acesso às oportunidades antes inacessíveis. Dessa forma, tal ação pode ser considerada emergencial, enquanto outras ações são estudadas (Munanga, 2001).

A necessidade de inserir negros no cenário acadêmico e nas universidades pode ser respaldada por diversos estudos, como do IBGE e do Ministério do Trabalho, que realizam uma análise comparativa entre a empregabilidade e a formação superior, apontando que a criação de vagas com nível de exigência de formação completa no ensino superior apresentou crescimento, assim como as maiores projeções salariais (Centro Universitário Unifaat, 2018).

Após a chegada de mais profissionais negros ao ensino superior, as empresas atuantes no mercado brasileiro enxergaram a oportunidade de inserir esta mão de obra dentro do ambiente profissional como vantagem competitiva.

2.2 Os negros no mercado de trabalho e a diversidade empresarial

O assunto diversidade racial dentro das organizações vem sendo explorado desde o final do século XX por Monteiro (1989), ao apontar que o departamento de recursos humanos deveria agir para mitigar a discriminação racial. Segundo o autor, os processos de seleção dentro das organizações são influenciados por variáveis sociais, étnicas e raciais.

Em conjunto com as discussões de discriminação racial, a ideia de diversidade dentro das organizações ganhou espaço. Os conceitos de diversidade racial e diversidade empresarial traziam para o campo teórico a seguinte discussão: inclusão de minorias no mercado de trabalho e sua integração dentro do ambiente empresarial.

Fleury (2000) elucidou que as políticas de combate à discriminação racial no mercado de trabalho eram recentes, assim como o interesse das empresas em gerenciar diversidade. Apontou que organizações brasileiras executavam programas de diversidade baseados nas filiais estrangeiras, ressaltando dificuldades em encontrar minorias com nível educacional adequado.

Em 2006, uma pesquisa americana estudou as desigualdades de raça, classe e gênero dentro das empresas estadunidenses, buscando entender o enfraquecimento das ações afirmativas e equidade salarial. Ressaltou que pressões dos sindicatos, reestruturação industrial, terceirização e cortes de fundos governamentais afetaram programas de reformas salariais, acusando discriminações advindas de brancos e falta de fiscalização externa (Acker, 2006).

Quando o tema é cotas raciais nas organizações brasileiras, Coutinho, Costa, & Carvalho (2009), realizaram pesquisa com 110 respondentes, mostrando que nas poucas empresas que implementaram um sistema de política de cotas raciais a percepção da diversidade foi mais acentuada. A fim de mostrar o movimento global a respeito do tema, Thirusanku (1992) apontou que no Iraque as bolsas de estudos para a diversidade vêm crescendo e moldando visões mais comuns sobre a pluralidade corporativa.

Coutinho et al., mencionado anteriormente, relata o argumento de Azevedo (2004 como citado em Coutinho et al., 2009), de que a aplicação de cotas raciais no mercado de trabalho não parece a alternativa ideal para dirimir as desigualdades raciais no Brasil, por duas razões:

(i) os resultados discretos da ação afirmativa nos Estados Unidos e (ii) a possibilidade de se instituir programas mais eficazes para o combate do racismo institucionalizado em nosso país, os quais teriam um recorte social, e não racial, a exemplo da reforma agrária, da recuperação das escolas públicas de ensino fundamental e médio, e do Programa Bolsa-Escola. (Azevedo, 2004 como citado em Coutinho et al., 2009)

Rosa (2014) analisou trabalhos norte-americanos desconsiderando a literatura brasileira e concluiu que estudos brasileiros sobre diversidade ascenderam no país como uma resposta aos apelos sociais estrangeiros de países com estratificação social diferente do Brasil.

Segundo Opie (2017), existe dificuldade ao implementar a equidade e inclusão dentro do ambiente corporativo, contrastando contra o “Black lives matter”. Críticos acreditam que este movimento é de certa forma “anti-branco”. Apesar disso, o movimento desencadeou uma tendência de promover iniciativas de redução de desigualdade e promoção de igualdade de oportunidades.

Segundo Livingston (2020), em tradução livre:

Para que esse assunto seja abordado de forma eficaz dentro da organização, é necessário primeiro chegar em um consenso sobre qual é o problema (que provavelmente já existe), e, em caso de existir, saber de onde vem, de forma que podemos tratar o problema diretamente em sua raiz. (Livingston, 2020)

Outro estudo aponta que a população negra dentro do ambiente organizacional procura adaptar a forma como se apresenta, saindo de estereótipos e promovendo uma imagem profissional, para forma conseguir os resultados desejáveis. Os resultados indicam que os funcionários que entram nessa troca de códigos raciais são percebidos como mais profissionais por colaboradores negros e alguns colaboradores brancos (McCluney, 2021).

Muitos trabalhadores e gestores brancos não enxergam racismo no local em que trabalham pois entendem que atitudes racistas são agressões verbais e discursos de ódio. No entanto, ignorar o tema de racismo nas organizações pode gerar um ambiente tóxico para trabalhadores negros, trazendo mais empatia para esse ambiente através da educação do tema, como após a morte de George Floyd (Livingston, 2020).

Durante a pandemia da COVID-19 nos Estados Unidos da América, os grupos diversos foram seriamente afetados, havendo um grande volume de demissões desses trabalhadores com base em idade, raça, etnia, gênero ou personalidade (Kniffin et al., 2020).

2.3 Inclusão de minorias no ambiente empresarial como vantagem competitiva

No contexto corporativo, pensar em um ambiente diverso significa tornar a empresa mais justa e mais democrática, aumentando o consumo da população em geral e expandindo sua vantagem competitiva (Blog 3 P3K Comunicação, 2018).

Objetivar a diversidade pode promover a prospecção e retenção de clientes, trazendo representatividade de diversos grupos. Entretanto, as empresas precisam preparar o ambiente para uma cultura diversa, principalmente para reduzir possíveis hostilidades entre colegas de trabalho (Cletus, Mahmood, Umar, & Ibrahim, 2018).

Sobre diversidade competitiva nas empresas, Alves e Galeão-Silva (2004) buscaram trazer para o debate acadêmico uma análise profunda sobre grupos historicamente marginalizados, fazendo paralelo entre ações afirmativas e gestão da diversidade. Concluíram que a inclusão das minorias nas corporações se traduz em vantagem competitiva.

Myers (2003) escreveu sobre o gerenciamento da diversidade nas organizações e suas dificuldades, enfatizando que os afrodescendentes são sub-representados dentro das empresas brasileiras, mas afirmou que a diversidade nas organizações, sobretudo a racial, trata-se de apostar em justiça social e ampliação da competitividade econômica.

Após a chegada de mais profissionais negros ao ensino superior, as empresas atuantes no mercado brasileiro enxergaram os benefícios que o multiculturalismo pode oferecer. O'Mara (1994 como citado em Hanashiro & Carvalho, 2005) declara que:

Muitas organizações realizam a diversidade não porque é a coisa certa a fazer como uma organização cidadã, mas porque faz sentido para os negócios. Existem quatro razões empresariais para gerenciar a diversidade cultural: 1) adicionar vantagem competitiva em recrutamento e retenção; 2) melhoria na produtividade, qualidade, times de trabalho, criatividade e satisfação no trabalho; 3) melhoria no serviço ao consumidor e marketing; 4) redução da discriminação e assédio sexual. (O' Mara, 1994 como citado em Hanashiro & Carvalho, 2005)

Algumas vantagens no gerenciamento da pluralidade são mencionadas por Cox:

Atrair e reter os melhores talentos no mercado de trabalho; desenvolver os esforços de marketing, visando a atender segmentos de mercado

diversificados; Promover a criatividade e a inovação; Facilitar a resolução de problemas; Desenvolver a flexibilidade organizacional (Cox, 1993 como citado em Fleury, 2020)

Alguns estudos mostram progresso judicial e empresarial, já que a reformulação da lei dos direitos civis nos Estados Unidos passou pela aprovação do congresso e as organizações estão se comprometendo e investindo na diversidade (Roberts & Mayo, 2019)

Com o intuito de expandir a diversidade cultural e racial dentro da organização, a Magazine Luiza lançou em 2021 um processo seletivo de trainees exclusivo para negros. Este processo levou discussões a diversos veículos de comunicação, enquanto a população ficou dividida acerca da legalidade do processo.

Sob suas consequências jurídicas, Silva e Silva (2020) escreveram acerca da legalidade de tal iniciativa. Concluíram que o programa se encontrava amparado na constituição brasileira, recordando que nos últimos anos, 250 trainees foram aprovados em processos seletivos da Magazine Luiza, mas apenas 10 se autodeclaravam negros ou pardos.

Ainda sobre a legalidade do referido programa, Matias (2021) argumentou que os princípios jurídicos de igualdade e isonomia devem ser observados como pilares democráticos onde a igualdade social pode ser alcançada. Aproveitou para salientar que o instrumento “mídia” possui duas facetas, uma positiva e outra negativa, criando barreiras que dificultam a execução de ações que mitigam o racismo.

Onias (2021) também discorreu sobre a legalidade jurídica do programa e sobre a ação civil movida pela Defensoria Pública contra a Magazine Luiza, e concluiu sua tese afirmando que a referida ação pública apresentou um viés contrário aos mais vulneráveis, promovendo ainda mais a desigualdade.

Além das motivações comerciais que envolveram a criação do programa, as acusações de racismo reverso deixaram claro que a ideia de democracia racial é apenas um mito e que a repercussão deste tipo de ação afirmativa deixaria de existir apenas quando os negros ocupassem de forma significativa os cargos de liderança dentro das corporações brasileiras (Araújo, 2021).

Martins e Spinelli (2020, p. 145) salientam a ideia acima ao afirmarem que um programa de ação afirmativa “(...) não deve ser visualizado sob o marco do racismo reverso, mas sim como expressão da responsabilidade social da iniciativa privada com os direitos humanos de populações vulneráveis (...)”.

Torres, Dias e Brito (2021) reuniram dados sobre a disparidade racial existente no Brasil e concluíram que a adoção de ações afirmativas não deveria ser de responsabilidade privada, mas que o poder público deveria intermediar projetos para reduzir a discriminação.

Arandas (2021) apoiou-se na ideia de “comunicação regenerativa” e afirma que as marcas deveriam adotar este tipo de comunicação para que a identidade da instituição privada seja alterada, criando uma imagem positiva perante o seu público.

Hoje, as empresas devem fazer a gestão da diversidade com base nas suas próprias necessidades, sabendo que será desafiador no primeiro momento, mas que os benefícios refletirão no longo prazo (Foma, 2014).

Por isso, utilizando como base referencial todos os estudos citados anteriormente, este trabalho surge com o intuito de trazer para a literatura acadêmica o tema de diversidade racial nas organizações, analisando o processo seletivo de trainees negros da Magazine Luiza 2021

3. METODOLOGIA

Considerando o objetivo deste estudo, entende-se que a pesquisa realizada pode ser enquadrada como uma pesquisa exploratória, pois processos seletivos exclusivos para autodeclarados negros e pardos são uma vertente em desenvolvimento. A pesquisa exploratória busca ampliar o conhecimento acerca de um fenômeno determinado (Zanella, 2011). Além disso, ressalta-se que a natureza deste estudo é descritiva, visto que o fato observado já ocorreu. Outro ponto importante diz respeito ao escopo da pesquisa, sendo esta uma investigação Ex Post Facto, uma vez que o estudo foi elaborado sobre um fato já ocorrido onde suas variáveis não podem ser manipuladas (Moresi, 2003). Quanto à natureza das variáveis podem ser enquadradas como variáveis qualitativas.

Durante a leitura deste artigo é possível inferir que as políticas de combate à discriminação racial no mercado de trabalho estão em crescimento no Brasil (Fleury, 2000); assim, surge a necessidade de entender como ações afirmativas interferem no cotidiano dos indivíduos analisados, apresentando a necessidade de estudar o objeto de pesquisa através da observação (ferramenta de caráter qualitativo).

Considerando o parágrafo anterior, este estudo optou por utilizar grupos focais como instrumento de pesquisa para analisar a opinião dos indivíduos autodeclarados negros ou pardos em relação à Magazine Luiza como marca empregadora; analisar qual a opinião de pessoas autodeclaradas negras e pardas sobre processos seletivos de trainee exclusivos para pessoas negras; e analisar a efetividade deste tipo de programa exclusivo com base na opinião de pessoas autodeclaradas negras e pardas.

A escolha de uma metodologia baseada na utilização de grupos focais provém da afirmação de Lima (2016), que diz que “a observação do participante é umas das principais formas de pesquisa qualitativa contemporânea”. Ainda, o mesmo autor afirmou que a metodologia “grupos focais” têm a vantagem de trabalhar com a observação direta dos fatos e entender as narrativas dos indivíduos tidos como objetos de análise.

Assim, os debates ocorridos durante a permanência do grupo focal foram coletados através de descrição e gravação, sendo analisadas suas ponderações pelos pesquisadores.

A coleta de dados dos grupos focais seguiu as recomendações de Kinalski, Paula, Padoin, Neves, Kleinnubing & Cortes (2016), utilizando grupos focais pequenos (entre cinco e sete participantes) quando o objetivo da análise é atingir a profundidade temática. Foram selecionados 13 indivíduos autodeclarados negros ou pardos para participar da discussão, com duração de uma hora e meia. A intenção era atingir os objetivos já estabelecidos.

Ainda seguindo as orientações de Kinalski, Paula, Padoin, Neves, Kleinnubing & Cortes (2016), as sessões foram operacionalizadas entre etapas relevantes, sendo elas: (i) apresentação do tema central, dos pesquisadores e do mediador; (ii) apresentação dos participantes entre si; (iii) esclarecimento da dinâmica de discussão; (iv) debate; e (v) encerramento.

Por fim, a análise dos resultados deu-se por três etapas: (i) leitura dos resumos da dinâmica; (ii) análise das gravações, (iii) transcrição dos argumentos e (iv) análise dos tópicos discutidos separadamente e da reação dos objetos de pesquisa diante de cada um dos assuntos levantados.

4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

4.1 Contexto

Com base nas informações disponíveis em seu próprio site institucional, a Magazine Luiza foi criada em Franca, interior de São Paulo, em meados de 1957, pelo casal Luiza e

Pelegrino Donato. A Magazine Luiza S.A. tornou-se muito popular em sua cidade de origem, apostando em inovação e em uma comunicação transparente. Em meados de 1976, a Magazine Luiza adquire as Lojas Mercantil e abre suas primeiras filiais no interior de São Paulo.

Nos anos que se seguiram até 1991, a companhia passou por diversas manobras de expansão sob a liderança de Luiza Trajano Donato (sobrinha dos fundadores), que assumiu a presidência da empresa neste mesmo ano. No ano seguinte, a Magazine Luiza criou suas primeiras lojas virtuais, estratégia que ampliou o *marketshare* da empresa e expandiu seu faturamento, impactando na abertura do IPO da companhia em 2011 pela BM&FBovespa.

Entre os anos de 2014 e 2016, a companhia seguiu apostando em no mercado digital, criando seu primeiro aplicativo para versão mobile e se tornando um *marketplace* de grande relevância. No ano de 2019, a companhia entrou para a lista das 30 empresas mais valiosas do país, culminando também em seu crescimento exponencial na Bolsa de Valores. Já em 2020, a Magazine Luiza observou que a quantidade de pessoas negras e pardas nos cargos de liderança era baixa e resolveu por abrir o seu primeiro processo seletivo de trainees para negros e pardos.

Segundo a seguinte afirmação presente no site institucional da Magazine Luiza: “Demos um importante passo na reparação histórica de uma dívida que a *Magalu* tinha como empresa e lançamos o primeiro programa de trainee exclusivo para pessoas negras”.

Porém, neste mesmo ano, acontecimentos importantes para a população negra atingiram enorme repercussão na mídia e no ambiente social. É importante ressaltar que não podemos afirmar que a empresa tomou essa iniciativa em função da alta repercussão do movimento Vidas Negras Importam ou se a atitude foi resultado de um incômodo intrínseco. Independentemente, observa-se que há, inegavelmente, colidência entre os fatos.

4.2 Caracterização da Amostra

A amostra selecionada para a pesquisa qualitativa (grupo focal) considerou 13 respondentes residentes em São Paulo/SP, ouvidos em três sessões distintas. O primeiro grupo contou com a participação de cinco participantes, o segundo com três participantes e o terceiro contou com cinco participantes. Todos possuíam formação acadêmica concluída a

partir de julho de 2020 ou em andamento, a partir do terceiro semestre, sendo estes aptos para participar do programa assim que concluíssem a graduação.

Com esse intervalo, tivemos a visão de candidatos que conheceram o programa quando já estavam aptos a se candidatar, e a visão de graduandos que não puderam se candidatar, mas que podem iniciar uma trilha de carreira para alcançar a aprovação no processo seletivo quando se formarem no ensino superior. Desses 13 participantes, nove se autodeclararam negros (69,2%) e quatro pardos (30,8%).

O grupo foi composto por nove pessoas do gênero feminino (69,2%) e quatro do gênero masculino (30,8%). Nosso principal critério para recrutar os respondentes foi trazer representatividade feminina, masculina, negra e parda para extrair uma análise diversificada da opinião dos indivíduos sobre programas de diversidade e o processo seletivo de trainee da Magazine Luiza.

4.3 Analisar quais são as opiniões de pessoas autodeclaradas negras e pardas, sobre processos de trainees exclusivos.

Com o intuito de introduzir os participantes ao tema abordado, uma vez que os participantes já conheciam o *case* em questão, o primeiro questionamento levantado pelo mediador foi: “*Como você se sentiu quando o programa foi lançado?*”.

Uma das participantes opinou o seguinte:

(...) É muito discrepante a quantidade de negros empregados para a quantidade de negros que existem no Brasil, principalmente em cargos corporativos, e não vamos conseguir adequar estes números mês que vêm. Mas temos que começar colocando os negros na empresa. (...) – Aryane C.

Acerca do mesmo questionamento, outros participantes externalizaram o seguinte sentimento:

Eu achei incrível e entendo que é realmente necessário. Eu entendo que existe sim uma dívida da sociedade e achei sensacional pois nós negros temos muitas dificuldades durante a nossa trajetória. (...) – Rafael M.

É um processo muito necessário. Existe uma expressão que diz que para combatermos as desigualdades, precisamos agir de forma desigual às vezes. (...) – Daniele M.

O segundo questionamento foi: “*Como se sentiram ao ver um processo seletivo de trainee exclusivo para negros e pardos?*”. Os participantes da pesquisa apontaram um positivismo acerca do programa em questão, porém, também ressaltaram a percepção de que os negros costumam ter menos acesso a oportunidades quando comparado com a população branca.

Historicamente, culturalmente, vemos que a maioria da população negra está morando na periferia, está morando na favela. (...) Acho que é necessário para diminuir a distância dos pontos de partida. – Marcos S.

(...) Eu acho justo trazer mais oportunidades e mais programas (...). – Iago M.

Dando a continuidade à discussão, o mediador questionou aos participantes: “*Já ouviram falar de outros processos seletivos exclusivos para negros e pardos? Percebeu que isso ficou mais comum?*”. Para responder este questionamento, os participantes levantaram as seguintes perspectivas:

Sempre tem mais oportunidade quando um dos nossos é morto. – Iago M.

Por interesse próprio, não parece ser, se fosse um interesse deles, já teriam acontecido mais movimentações desse tipo. – Marcos S.

Depois do que aconteceu isso com a Magazine, referente a essas vagas, foi bem frequente as vagas de diversidade e inclusão (...). – Caroline N.

Que esse tipo de oportunidade aumente a posição de pessoas pretas dentro das organizações, para que eles possam abrir caminho para outros. – Bianca A.

Aproveitando a oportunidade de desenvolver mais o tema, o mediador questionou o seguinte: “*Vocês acham que esse programa exclusivo foi justo com as outras pessoas que não puderam participar pelo requisito racial?*”

Um dos participantes disse:

Eu acho hiper, mega, justo. Essa é uma porta que tem se aberto para nós negros porque as outras nove em que na teoria eu poderia [me inscrever] eu sou impedido por ser negro. (...) As possibilidades e os acessos não são os

mesmos. As portas para os brancos estão escrachadas, mas as poucas que abrem pra nós, estão tentando fechar. – Amauri J.

Sobre o mesmo questionamento, outros participantes mencionaram o seguinte:

Eu não diria nem que é igual nem que é justo, mas que é necessário no momento. Existem muitos outros fatores que têm que ser levados em conta (...). Se o Estado oferecesse educação de qualidade (...), moradia de qualidade, saneamento, talvez este questionamento não fosse tão necessário (...). – Daniele M.

Compreendo que enquanto não temos políticas para resolver o problema na raiz, precisamos de mecanismos para garantir um ponto de partida igualitário, como cotas, esses programas. Estas iniciativas equiparam este ponto de partida, considero justo no momento porque é o que temos em mãos agora. – Giovana R.

O questionamento seguinte levantado pelo mediador foi: “*Você acha que esses programas são excludentes de alguma forma?*”. Acerca deste questionamento, os participantes apontaram a percepção de que entre os próprios negros o acesso às oportunidades é diferente, de acordo com sua condição familiar, socioeconômica e até de acordo com o colorismo do tom da pele negra. Os argumentos que embasam esta ideia estão descritos abaixo:

A empresa reconhecendo o problema como ele é, deveria perceber que entre os próprios negros existem pontos de partida diferentes. A cultura da empresa deve reconhecer que a desigualdade ainda existe e trazer a discussão para o ponto-zero. – Giovana R.

Acaba sendo excludente por não conseguir abraçar questões de base. (...) A gente tem algumas pessoas negras que conseguem sobressair, mas nem todas. (...) Quando abrem uma vaga para determinado grupo, mas colocam determinados critérios sem considerar que o público-alvo não tem condições de atender a estes critérios, acaba sendo excludente. – Daniele M.

Se com 10 anos eu tinha que trabalhar pra ajudar a minha mãe a sustentar os meus irmãos, como eu poderia fazer um curso de inglês? Então existem diferenças entre os próprios negros. Ter acesso não significa que está apto para participar do programa. Então realmente existem exclusões. – Amauri J.

Para encerrar a discussão desse tópico, o mediador questionou se a “*Diversidade racial é um fator que vocês olham quando vão se candidatar a uma vaga?*”. Nesse aspecto, os argumentos dos participantes divergiram entre si. Alguns participantes afirmaram olhar para a diversidade da empresa no comento da candidatura; entretanto, outros participantes consideram também os benefícios que a oportunidade pode trazer mesmo que a cultura organizacional não preze tanto pela diversidade.

Alguns participantes que afirmaram não olhar para a diversidade, disseram:

Se vamos escolher uma empresa que apresenta a diversidade, quanto tempo vamos passar procurando por elas? – Marcos S.

Não considero um fator motivacional (...). Um dia algum preto teve que colocar na cabeça dele que ele era capaz e que isso ia fazer a diferença na vida de outros (...) – Iago M.

Eu respeito e priorizo questão de igualdade então quero estar em um ambiente que proporcione isso. - Barbara B.

Já os participantes que afirmaram levar em consideração a diversidade da companhia à qual estão se candidatando, apontaram o seguinte:

Hoje eu paro e olho a cultura da empresa (...). Eu me pergunto ‘nessa empresa eu terei a oportunidade de ser eu mesmo e de crescer? Porque é sacanagem, né?! Você se esforça pra caramba e é diminuído por ser negro. Sangro igual todo mundo, me machuco igual todo mundo, e isso [cor da pele] não me diferencia de ninguém. – Rafael M.

Antigamente eu não olhava [para a diversidade] e sofria (...). Hoje é um critério, claro que o salário também (...), mas antigamente eu ia mais pela necessidade e pelas empresas que abriam as portas (...) e nunca olhava para a visão e pelo propósito da empresa. – Caroline S.

Entende-se que, com base nas respostas obtidas, os participantes têm uma percepção positiva em relação a processos seletivos exclusivos, haja visto, que estas medidas fazem parte da reparação histórica necessária à população negra.

4.4 Analisar a opinião das pessoas autodeclaradas negras e pardas em relação a Magazine Luiza como marca empregadora.

Para alcançar o segundo objetivo do artigo, fez-se mais três perguntas. A primeira delas foi elaborada para entender se o programa exclusivo de trainee para negros e pardos alterou a visão dos participantes em relação a Magazine Luiza: "*Vocês viam a marca Magazine Luiza como diversa? Como veem agora?*". As respostas foram variadas, percebendo-se uma dualidade na discussão. Alguns imaginavam que a Magazine Luiza era uma empresa que se importava com o tema, já alguns outros não cogitavam essa possibilidade.

Com base nessa indagação, ouviu-se os seguintes comentários:

Antes do processo eu via a Magalu apenas como qualquer outra empresa, mas fico feliz ao saber deste programa com esta reparação. Adoraria enaltecer uma empresa que enaltece minha cor (...). – Amauri J.

(...) Pra mim parece ser uma empresa muito aberta, diversa, e por ouvir a Luiza Trajano em algumas palestras e, principalmente, por ser uma mulher na liderança, eu imaginei que o olhar dela para outras causas de diversidade também era importante. – Samanta M.

Acerca da mesma pergunta, alguns participantes ressaltaram que não possuíam essa visão a respeito da Magazine, um deles ainda observou que se posicionava dessa forma porque a dona da empresa é uma mulher branca, já outra afirmou que imaginava que fosse diversa pelo mesmo motivo:

Não tinha essa visão da Magalu antes, mas depois comecei a olhar as empresas mais diversas para trabalhar e comecei a procurar. Saber que é uma empresa diversa e que dá oportunidade faz toda a diferença. – Aryane C.

Dando continuidade à conversa, o mediador fez a seguinte pergunta: "*Sabendo do esforço da Magazine Luiza, você teria vontade de ser um colaborador ou trainee?*"

As respostas ouvidas foram majoritariamente positivas. Os participantes, no geral, abraçariam a oportunidade e a usariam como porta de entrada para outras pessoas negras e pardas, desenvolvendo projetos de diversidade e inclusão, além de seguir com a contratação de pessoas pertencentes a esse grupo minoritário.

Para encerrar a discussão desse tópico e com a intenção de entender o sentimento dos grupos focais em relação a Magazine, perguntou-se: "*Existe algum sentimento positivo ou negativo em relação a marca?*". As respostas foram unânimes, todos os participantes têm uma percepção positiva em relação a empresa. Há também um consenso de que, mesmo que se a iniciativa tenha sido uma jogada de marketing, a empresa contribuiu para a causa dos negros e pardos.

Destacamos aqui:

Meu posicionamento é positivo porque é uma ação necessária. Quando parte de uma grande empresa, isso tem uma repercussão maior (...). Quando empresas grandes entram neste jogo, trazem visibilidade para a causa. E se vem para ajudar a gente não nega. – Daniele M.

Entender o interior da empresa, é importante para formar uma opinião definitiva, mas tenho, por ora, uma opinião positiva. E na minha perspectiva, quem tem opinião negativa, ainda não entendeu a importância desse assunto. – Amauri J.

Ainda, outra participante contribuiu:

Tenho um sentimento positivo, apesar de estratégias de marketing para se promover, este fato ajuda as organizações. Por mais que existam questões de estratégia, também tem a valorização do capital humano. – Caroline S.

Assim, conclui-se que a opinião dos participantes em relação a Magazine Luiza é positiva e que essa percepção melhorou depois do processo seletivo exclusivo para negros e pardos. Entende-se também que a maioria deles se tornariam colaboradores da empresa caso tivessem oportunidade principalmente levados após o referido programa de trainee, mesmo que este possa ter sido uma estratégia de promoção da marca conforme abordado pelos participantes.

4.5 Analisar a efetividade deste tipo de programa exclusivo com base na opinião de pessoas autodeclaradas negras e pardas.

Para elaborarmos o terceiro objetivo, o mediador indagou o seguinte: "*Você acha que esses programas são efetivos?*". Esta pergunta gerou ponderações voltadas para a necessidade

de repetição deste tipo de programa, uma vez que os participantes consideram uma iniciativa muito pequena para ter grandes reflexos na sociedade. Com as respostas obtidas, pode-se inferir que os participantes entendem que a iniciativa é efetiva, porém, uma vez que para poder competir em um processo de trainee, o candidato já precisou ter acesso à educação de qualidade e oportunidades de desenvolvimento – bases que são negadas a todo momento para a maioria da população negra. E isso se traduz nas três falas destacadas abaixo:

É algo muito importante e significativo para a gente, mas ainda é algo muito pequeno do que deveria acontecer (...). – Amauri J.

É necessário, mas existe uma probabilidade muito grande que no futuro possa haver a dependência de cotas e de programas exclusivos, por isso é necessário resolver as questões de base (educação, saúde e moradia). – Daniele M.

Para encerrar esse tópico, o mediador questionou os participantes quanto à receptividade do mercado de trabalho às pessoas negras. Ouviu-se respostas como:

É um movimento muito tímido. No geral as empresas estão receptivas, mas dependentes de causas e escândalos, elas ainda estão numa posição passiva, aguardando o que acontecerá com os outros antes de se posicionar. – Daniele M.

De certa forma a globalização permitiu com que conseguíssemos reivindicar os nossos direitos e ter um maior palco para discutir sobre esses assuntos. Isso acaba impactando o mercado porque o que antes era inteiramente marginalizado acaba virando “produto” de interesse (mas talvez não da forma que estávamos sendo em 1800) e os deixam mais atentos quanto a imagem das empresas, visto que as informações correm bem mais rápido do que antes. – Giovana R.

Outro participante demonstrou ter uma opinião diferente sobre o assunto e se posicionou:

O mercado está como sempre foi, tem suas preferências em todos os aspectos, o mercado ainda é racista. – Amauri J.

Por fim, entende-se que os participantes não julgam esses programas como única solução para o problema apresentado, além disso, concordam de forma maciça que se não houver atenção para as questões de base como ensino, moradia e alimentação, há grandes chances da população negra se tornar refém das políticas de diversidade ao invés de conseguirem competir com as outras pessoas ao pé de igualdade.

4.6 Discussão dos achados com a teoria

Os grupos focais realizados trouxeram, à luz das teorias, a confirmação de que o racismo dentro do mercado de trabalho existe e que ações afirmativas são necessárias para promover a diversidade e a igualdade dentro das organizações. Apesar de estudos mostrando a importância e vantagens da diversidade nos artigos que embasam o referencial teórico, como a citação de Cox (1993 como citado em Fleury, 2020), o Brasil ainda é um país que caminha para a equiparação étnica dentro das organizações, inclusive nas lideranças.

Segundo os respondentes, promover a diversidade étnico-racial dentro das corporações através de um programa de trainees exclusivo se mostrou uma ação de grande repercussão social e midiática, fazendo publicidade da marca, o que contrasta com os estudos de Alves e Galeão-Silva (2004), que apontam a inclusão de minorias nas organizações como vantagem competitiva.

Em diversos momentos, os participantes apontaram com clareza que os negros ainda são minorias nos cargos de liderança dentro do mercado de trabalho, o que faz alusão às conclusões de Myers (2003), ao enfatizar que estes indivíduos são sub-representados nas empresas brasileiras. Ainda assim, também apontaram que as ações afirmativas para promover a representatividade negra dentro das empresas brasileiras e em cargos de média e alta liderança também devem andar em conjunto com o acesso à educação e políticas de inclusão às minorias. Ou seja, corrobora as ideias de Munanga (2001), ao afirmar que o acesso da população negra às universidades (principalmente através de cotas) oferece mais oportunidades.

Por fim, os respondentes disseram que mudaram sua opinião quanto à Magazine Luiza após o programa de trainee em questão, o que referencia os resultados de Coutinho et al. (2009), ao apontar que a percepção dos indivíduos sobre diversidade se altera após iniciativas de inclusão.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apesar da população negra ser maioria no Brasil, esta ainda tem uma presença tímida no mercado de trabalho, principalmente nos cargos de liderança. A fim de diminuir essa diferença abissal, a Magazine Luiza, gigante varejista, protagonizou o lançamento de um processo seletivo para trainees exclusivo para negros e pardos, tal iniciativa repercutiu e teve vários desdobramentos, inclusive consequências legais para a empresa.

Dessa forma, o presente estudo teve por objetivo analisar a percepção dos negros e pardos em relação ao programa exclusivo de trainee da Magazine Luiza, e para tanto adotou-se uma metodologia qualitativa, descritiva, exploratória realizada através de grupos focais realizados com 13 participantes.

Como principal resultado encontrado na pesquisa, pode-se concluir que os participantes têm uma opinião positiva em relação a processos exclusivos, porém não acreditam que eles, por si só, resolverão o problema da falta de negros nas organizações. Na opinião deles, deve-se olhar com atenção às questões de base como saúde, alimentação e ensino para que um dia os negros não precisem ser reféns de políticas de diversidade, mas consigam acessar e competir com as outras pessoas de forma igualitária, partindo do ponto zero.

Quanto às limitações da pesquisa, as principais foram: a ausência de alguns participantes nas sessões dos grupos focais; resultados baseados em opiniões de uma pequena amostra e por fim o posicionamento, uma vez que o que foi expresso neste estudo são opiniões de pessoas e não refletem o posicionamento institucional das empresas citadas ou dos autores do estudo.

Como agenda de pesquisa, propõe-se a análise quantitativa dos efeitos dos processos exclusivos dentro das empresas, como variação da candidatura por vaga exclusiva, bem como a realização de entrevistas com especialistas de Diversidade & Inclusão, além de conversas com a área de Pessoas & Cultura. Por fim, um caminho interessante seria a expansão da amostra do grupo focal afim de ouvir outras etnias como brancos, asiáticos e indígenas.

5.1 Contribuições

Como contribuições acadêmicas deste trabalho, destacamos a discussão sobre diversidade nas organizações, sobretudo a pluralidade racial. Dessa forma, contribuímos com a teoria de Diversidade e Inclusão, um tema atualmente em voga, porém por muitas vezes tratado e visto como importante estratégia de marketing ao invés de ferramenta de transformação social. Analisando também sob esse recorte, somamos também com a literatura de ESG (*Environmental, Social and Governance*) no prisma social, quando entendemos que a integração de pessoas negras no mercado de trabalho através de programas exclusivos são parte de uma reparação histórica necessária para essa população.

Entendemos também que esse trabalho contribui para que as empresas conheçam melhor a opinião de um dos seus principais públicos-alvo enquanto marca empregadora, visto que, do ponto de vista de pessoas negras e pardas, os programas exclusivos são uma medida necessária, porém paliativa. Desejamos que com essa pesquisa que as companhias tomem ciência e ajudem a solucionar a causa raiz do problema, e que, para tanto, será necessário ouvir atentamente ao grupo minoritário em questão. Assim sendo, as organizações que se dispuserem a isso serão mais assertivas nas suas próprias iniciativas e contribuirão com o aumento da diversidade étnico-racial dentro das empresas.

REFERÊNCIAS

- Acker, J. (2006). Inequality regimes: gender, class and race in organizations. *Sociologists for Women in Society*, 20(4), 441 - 464. doi:10.1177/2F0891243206289499
- Alonso, A., Lima, M., & Almeida, R. (2016). *Métodos de pesquisa em Ciências Sociais: Bloco Qualitativo*. São Paulo: CEBRAP/SESC.
- Alves, M., & Galeão-Silva, L. (2004). A crítica da diversidade nas organizações. *Revista de Administração de Empresas*, 44(3), 20 - 29. doi: 10.1590/S0034-75902004000300003
- Arandas, S. (2021). Comunicação regenerativa: como as marcas dão vez e voz para temas relevantes da contemporaneidade - os casos da Magazine Luiza, Natura Cosméticos, NBA e Botik. *Revista Comunicando*, 10(1), 183-218.
- Araújo, M. B. (2021). Racismo reverso e o programa de trainee Magazine Luiza 2021. *Odeere*, 6(2), 438 - 457. doi:10.22481/odeere.v6i2.9165
- Batista, R. (2022, fevereiro 11). Lei de cotas tem ano decisivo no congresso. Agência Senado. Recuperado de <https://www12.senado.leg.br/noticias/infomaterias/2022/02/lei-de-cotas-tem-ano-decisivo-no->

congresso#:~:text=De%20acordo%20com%20a%20pesquisa,ensino%20superior%20da%20rede%20p%C3%BAblica.

Blog 3 P3K Comunicação. (2018, março 21). Por que as empresas precisam investir em políticas de diversidade? *P3K*. Recuperado de <https://p3k.com.br/blog/por-que-as-empresas-precisam-investir-em-politicas-de-diversidade/>

Bulgarelli, R. (2013, julho 30). Compor equipes caracterizadas pela diversidade é um passo importante para sermos justos e reconhecermos na prática a diversidade de todos. *Instituto Ethos*. Recuperado de <https://www.ethos.org.br/cedoc/inclusao-e-diversidade/>

Centro Universitário Unifaat. (2018, julho 16). Estudos do IBGE e do Ministério do Trabalho destacam relação entre empregabilidade e formação superior. *Unifaat*. Recuperado de <https://www.unifaat.com.br/noticia/estudos-do-ibge-e-do-ministerio-do-trabalho-destacam-relacao-entre-empregabilidade-e-formacao-superior>

Cletus, H. E., Mahmood, N. A., Umar, A., & Ibrahim, A. D. (2018). Prospects and Challenges of Workplace Diversity in Modern Day Organizations: A Critical Review. *Holistica*, 9(1), 35-52.

Coutinho, L. R., Costa, A. M., & Carvalho, J. L. (2009). Debatendo Diversidade de Gênero e Raça no Contexto Organizacional Brasileiro: Lei do Mercado ou Cotas por Lei? *Sociedade, Contabilidade e Gestão*, 4(1), 21-37. doi: 10.21446/scg_ufjf.v4i1.13166

Cox, T., Jr. (1993.). *Cultural diversity in organizations: theory, research & practice*. San Francisco: Berrett-Koehler.

Dalfovo, M., Lana, R., & Silveira, A. (2008). Métodos quantitativos e qualitativos: um resgate teórico. *Revista Interdisciplinar Científica Aplicada*, 2(1), 1-13.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2022). Conheça o Brasil - População: Cor ou Raça. *IBGE*. Recuperado de <https://educa.ibge.gov.br/jovens/conheca-o-brasil/populacao/18319-cor-ou-raca.html>

Elkington, J. (2010, novembro). *Os executivos sabem qual compromisso estão assumindo?* São Paulo: ExpoManagement.

Estadão. (2020, setembro 19). Programa de trainee da Magazine Luiza causa debate sobre racismo no twitter. *Estadão: O Tempo*. Recuperado de <https://www.otempo.com.br/brasil/programa-de-trainee-da-magazine-luiza-causa-debate-sobre-racismo-no-twitter-1.2387536>

Fleury, M. T. (2000). Gerenciando a diversidade cultural: experiências de empresas brasileiras. *Revista de Administração de Empresas*, 40(3), 18-25. doi:10.1590/S0034-75902000000300003

Foma, E. (2014). Impact of Workplace Diversity. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 3(1), 402-410.

Fordelone, Y. (2020, dezembro 16). O que é ESG e como investir em empresas com boas práticas. *UOL Economia*. Recuperado de <https://economia.uol.com.br/colunas/econoweb/2020/12/16/o-que-e-esg-e-como-investir-em-empresas-com-boas-praticas.htm>

Freitas, H., Oliveira, M., Saccol, A., & Moscarola, J. (1998). O método de pesquisa survey. *RAUSP Management Journal*, 35(3), 105-112.

Gimenes, D. (2020, setembro 18). Mercado de trabalho: negros são minoria em cargos de médio e alto escalão. *Veja*. Recuperado de <https://veja.abril.com.br/economia/mercado-de-trabalho-negros-sao-minoria-em-cargos-de-medio-e-alto-escalao/>

Gomes, M. E., & Barbosa, E. F. (1999). A técnica de grupos focais para obtenção de dados qualitativos. Belo Horizonte: Educativa.

Gonçalves, E. B., Espejo, M. M., Altoé, S. M., & Voese, S. B. (2016). Gestão da diversidade: um estudo de gênero e raça em grandes empresas. *Enfoque: Reflexão Contábil*, 35(1), 95 - 112. doi: 10.4025/enfoque.v35i1.30050

Gouvêa, J. B. (Agosto de 2017). O que há por trás do discurso de harmonia racial no país da miscigenação. *Farol: Revista de Estudos Organizacionais e Sociedade*, 4(10), 915 - 955.

Hanashiro, D., & Carvalho, S. (2005). Diversidade Cultural: Panorama atual e reflexões para a realidade brasileira. *Revista Eletronica de Administração*, 11(5), 1-21.

Hasenbalg, C. A. (1979). *Discriminação e Desigualdades Raciais no Brasil*. São Paulo: Humanitas.

Hasenbalg, C., & Silva, N. (1990). Raça e Oportunidades Educacionais no Brasil. *Cadernos de Pesquisa FCC*, 73, 5-12.

Kinalski, D. D., Paula, C. C., Padoin, S. M., Neves, E. T., Kleinubing, R. E., & Cortes, L. F. (2016). Grupo Focal na pesquisa qualitativa: relato de experiência. *Revista Brasileira de Enfermagem*, 70(2), 443-448. doi:10.1590/0034-7167-2016-0091

Kniffin, K. M., Narayanan, J., Anseel, F., Antonakis, J., Ashford, S. P., Bakker, A. B., Bamberger, P., Bapuji, H., Bhawe, D. P., Choi, V. K., Creary, S. J., Demerouti, E., Flynn, F. J., Gelfand, M. J., Greer, L. L., Johns, G., Kesebir, S., Klein, P. G., Lee, S. Y., . . . Vugt, M. v. (2021). COVID-19 and the workplace: Implications, issues, and insights for future research and action. *American Psychologist*, 76(1), 63–77. doi: 10.1037/amp0000716

Livingston, R. (2020, outubro). How to Promote Racial Equity in the Workplace: A five step plan. *Harvard Business Review*. Recuperado de <https://hbr.org/2020/09/how-to-promote-racial-equity-in-the-workplace>

Magazine Luiza. (s.d.). Programa e iniciativas de diversidade. *Luizalabs*. Recuperado de: <https://vagas.byintera.com/luizalabs-carreiras/#:~:text=Nossos%20valores%20nos%20unem%20e,orienta%C3%A7%C3%A3o%20sexual%20credo%20ou%20defici%C3%A7%C3%A3o>

Martins, A. S., & Spinelli, A. L. (2020). Ações afirmativas e população negra: rompendo barreira e exclusões concretas no mercado de trabalho. *Revista Espaço crítico*, 1(1), 134 - 148.

Matias, K. L. (2021). *A legalidade de programas de trainee destinados apenas para pessoas negras sob a luz da constituição federal*. (Trabalho de Conclusão de Curso). Centro Universitário do Planalto Central Aparecido dos Santos - UNICEPLAC, Gama, DF, Brasil.

Monteiro, J. A. (1989). A questão racial e a administração de recursos humanos nas empresas brasileiras. *Revista de Administração de Empresas*, 29(1), 53-59. doi:10.1590/S0034-75901989000100006

Moresi, E. (2003). *Metodologia de Pesquisa*. Brasília: UCB.

Munanga, K. (2001). Políticas de ação afirmativa em benefício da população negra no Brasil: Um ponto de vista em defesa das cotas. *Sociedade e Cultura*, 4(2), 31-43. doi:10.5216/sec.v4i2.515

Myers, A. (2003). O valor da diversidade racial nas empresas. *Estudos Afro-Asiáticos*, 25(3), 483-515. doi:10.1590/S0101-546X2003000300005

Onias, G. S. (2021). *Quando a raça importa: uma análise do racismo estrutural e a ação civil pública contra a Magazine Luiza*. (Dissertação de Mestrado). Faculdade de Direito, Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ, Brasil.

Pedrosa, I., & Bernardino, J. (2020). Indicadores-chave de desempenho em Marketing. *Revista Ibérica de sistemas e tecnologia de informação*, 35, 128-140.

Prudente, E. (2020, julho 31). *Dados do IBGE mostram que 54% da população brasileira é negra*. *Jornal USP*. Recuperado de <https://jornal.usp.br/radio-usp/dados-do-ibge-mostram-que-54-da-populacao-brasileira-e-negra/>

Resolução nº. 3, de 28 de agosto de 2019. Divulgar, as estimativas da População para Estados e Municípios com data de referência em 1º de julho de 2019, constantes da relação anexa, para os fins previstos no inciso VI do Art. 1º da Lei nº 8.443, de 16 de julho de 1992. Recuperado de <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/resolucao-n-3-de-26-de-agosto-de-2019-212912380>

Roberts, L. M., & Mayo, A. J. (2019, novembro 14). Toward a Racially Justa Workplace. *Harvard Business Review*. Recuperado de <https://hbr.org/2019/11/toward-a-racially-just-workplace>

Rodrigues, S. (2020, julho 31). Racismo, a palavra, nasceu no século XX. *Veja*. Recuperado de <https://veja.abril.com.br/blog/sobre-palavras/racismo-a-palavra-nasceu-no-seculo-20/>

Rosa, A. R. (2014). Relações Raciais e Estudos Organizacionais no Brasil. *Revista de Administração Contemporânea*, 18(3), 240 - 260. doi:10.1590/1982-7849rac20141085

Saraiva, A. (2017, novembro 24). População chega a 205,5 milhões, com menos brancos e mais pardos e pretos. *Agência de Notícias IBGE*. Recuperado de <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/18282-populacao-chega-a-205-5-milhoes-com-menos-brancos-e-mais-pardos-e-pretos>

Schucman, L. V. (2010). Racismo e Antirracismo: a categoria raça em questão. *Revista Psicologia Política*, 10(19), 41 - 55.

Silva, G., & Silva, I. (2020). Ações afirmativas contra o racismo no Brasil: a polêmica do processo seletivo de trainee do Magazine Luiza. *Revista de Iniciação Científica e Extensão*, 5(2), 43-48.

Sitta, T. S., & Lima, I. C. (2020, dezembro 1). Critério ESG e a necessidade de adoção de práticas sustentáveis no ambiente empresarial. *Estadão*. Recuperado de <https://politica.estadao.com.br/blogs/fausto-macedo/criterio-esg-e-a-necessidade-de-adocao-de-praticas-sustentaveis-no-ambiente-empresarial/>

Stoodi. (2021, janeiro 11). Movimento Negro: história, objetivos e conquistas! *Stoodi*. Recuperado de <https://www.stoodi.com.br/blog/historia/movimento-negro/>

Thirusanku, J. (1992). Equal Opportunity Within The Workplace. *Journal of Economics and Bussiness*, 4(3), 208-220. doi:10.31014/aior.1992.04.03.384

Thirusanku, J. (2021). Asian Institute of Research. Recuperado de <https://www.asianinstituteofresearch.org/>.

Torres, L. O., Dias, J. C., & Filho, J. M. (2021). Ações afirmativas como instrumento de promoção da igualdade de recursos: o caso do programa de trainee exclusivo para negros da Magazine Luiza. *Revista de Direito*, 13(3), 01-24. doi:10.32361/2021130313059

Trevizan, K., & Bridi, G. (2019, setembro 10). Negros na liderança: debates sobre desigualdade racial crescem, mas falta de referências ainda é barreira para profissionais. *GI*. Recuperado de <https://g1.globo.com/economia/concursos-e-emprego/noticia/2019/09/10/negros-na-lideranca-debates-sobre-desigualdade-racial-crescem-mas-falta-de-referencias-ainda-e-barreira-para-profissionais.ghtml>

Zanella, L. C. (2011). *Metodologia de Pesquisa* (2a ed.). Florianópolis: UFSC.