

A diversidade entre os executivos brasileiros

O executivo típico das maiores empresas do Brasil é um homem branco, com idade entre 45 e 50 anos, tem formação superior e já fez treinamento ou especialização no exterior. Ele está há mais de dez anos na empresa e não tem participação acionária nem é parente de seus acionistas. Esse é o personagem que emerge da pesquisa "Perfil social, racial e de gênero das diretorias das grandes empresas brasileiras", realizada pelo Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social em parceria com a Organização Internacional do Trabalho (OIT), a Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas (FGV-EAESP), o Fundo de Desenvolvimento das Nações Unidas para a Mulher (Unifem) e o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea).

A distância entre esse retrato e o do brasileiro comum é um indicador de como a igualdade de oportunidades ainda é um ideal distante, que vai exigir um grande esforço do conjunto da sociedade para tornar-se prática efetiva. A boa notícia é que uma parcela do setor empresarial brasileiro começa a tomar consciência dessa situação e vem se destacando por seu engajamento em práticas de responsabilidade social. A própria adesão das empresas a essa pesquisa já é um sinal da importância que parte delas está dando ao tema. No total, 89 das 500 maiores empresas do Brasil participaram do levantamento, tornando possível a avaliação do perfil de 687 executivos. A pesquisa terá continuidade nos próximos anos, buscando captar as mudanças e ampliar o leque de empresas participantes. Mais que constatar a existência de discriminação, o estudo tem como objetivo contribuir para o debate da promoção da igualdade de oportunidades e estimular a proposição de ações que visem o combate a essa realidade.

A pesquisa, realizada com o apoio técnico da Indicator Opinião Pública, mostra que o perfil dos executivos brasileiros está muito distante da composição da sociedade brasileira. As mulheres são mais da metade da população, mas na quase totalidade das empresas respondentes os executivos são homens. Também no quesito cor ou raça, a distância entre o perfil da população brasileira e o dos seus executivos é grande: 94% destes são brancos, enquanto que, na população, 54% se autoclassificam como brancos, segundo a Pesquisa Nacional de Amostra por Domicílio (PNAD) 1999, do IBGE.

Essas distorções talvez pudessem ser explicadas apenas por fatores econômicos. Entretanto, se compararmos o perfil dos executivos com o da população brasileira empregada, que possui nível de escolaridade superior, observamos que a discriminação

de gênero e raça vai além da econômica. Entre os brasileiros com curso superior, as mulheres representam aproximadamente 50%. Porém, entre os executivos representados na pesquisa, a presença de mulheres é de apenas 6%. Esse fato se repete com relação aos "não-brancos", que ocupam apenas 6% dos postos de diretoria, quando representam 17% da população empregada que tem formação escolar superior, segundo a PNAD 1999.

Outro dado importante revelado pela pesquisa é o predomínio de uma classe empresarial madura, em que 44% dos homens tem entre 45 e 55 anos, enquanto a maior representação feminina (53,7%) é formada por uma parcela mais jovem, com faixa etária entre 36 e 45 anos. Isso é um indicativo de que as empresas começam a abrir espaço para a ascensão das mulheres aos cargos de comando. Contudo, vale salientar que o comportamento discriminatório ainda está arraigado nas corporações, resultado de uma herança antiga, escravista, patriarcal e autoritária. As empresas precisam enfrentar essa realidade de forma estratégica e efetiva, assumindo o papel de agentes dessa transformação, já que a diversidade ajuda a empresa a se relacionar com a sociedade, que é diversa.

É importante ressaltar que a igualdade de oportunidades passa pela compreensão contemporânea de diversidade, entendida como um valor intrínseco às relações humanas e ao respeito à dignidade de todas as pessoas. A prática da diversidade representa a efetivação do direito à diferença, criando condições e ambientes que permitam às pessoas agirem em conformidade com seus valores individuais.

A diversidade é uma meta a ser buscada e praticada coletivamente por cidadãos, instituições, governos e comunidades, como uma responsabilidade social compartilhada. As empresas, como partícipes desse processo, devem assumir tarefas específicas de valorização da diversidade, relacionadas aos papéis que desempenham na vida das coletividades.

Uma ação imediata pode começar pela modificação dos processos de seleção de profissionais, para que grupos excluídos tenham melhores oportunidades e possamos contribuir, assim, para mudar os números dessa discriminação. Mas é bom lembrar que a noção de diversidade é abrangente e envolve também diferenças como crença, idade,

origem, nacionalidade, estado civil, orientação sexual, deficiência física e mental, entre outras, que devem ser respeitadas.

Se é fácil encontrar no senso comum a aceitação da premissa de que o preconceito e a discriminação precisam ser combatidos, pode parecer complexo converter essa proposição em mudanças efetivas de culturas, comportamentos, hábitos e rotinas. Esse é o nosso desafio. E os resultados dessa pesquisa nos convidam a refletir sobre como engajar as empresas na identificação e na promoção de ações concretas que possam mudar este estado desigual de oportunidades.

Oded Grajew