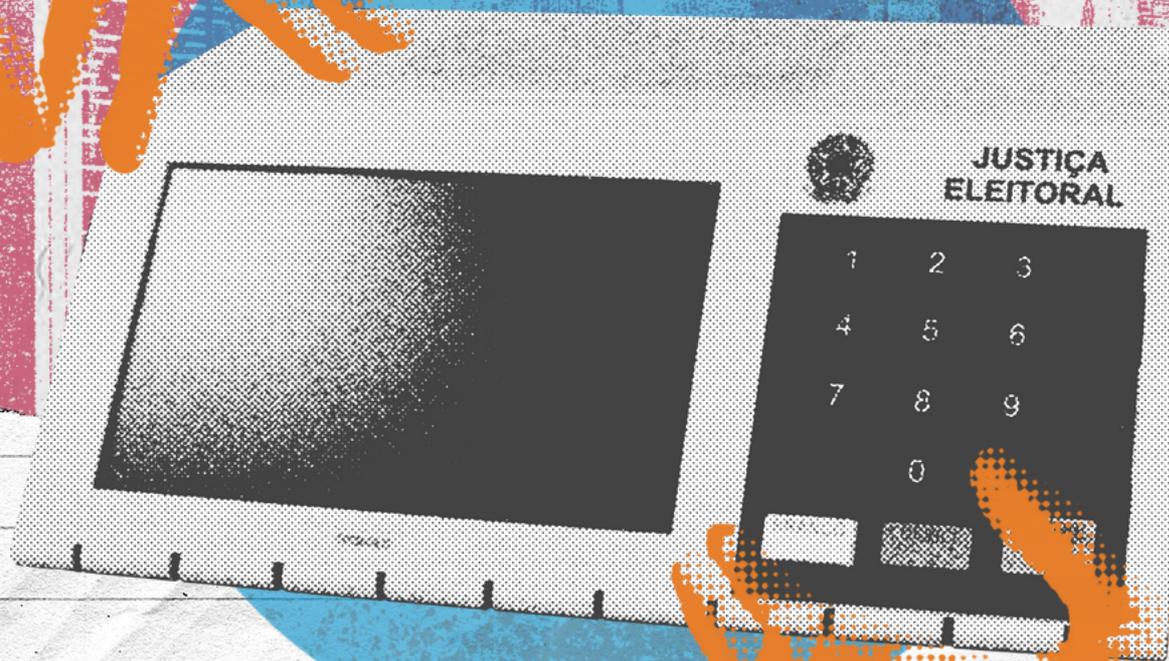


A RESPONSABILIDADE SOCIAL
DAS EMPRESAS NO PROCESSO

ELEITORAL



INSTITUTO

ETHOS

A Responsabilidade Social das Empresas no Processo Eleitoral – Edição 2022 é uma publicação do Instituto Ethos, distribuída gratuitamente.

REALIZAÇÃO

INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL

Alameda Santos, 1787 – cj. 91 – 9º. Andar -
Jardim Paulista, São Paulo – SP, 01419-100
Tel.: (11) 3897-2400
www.ethos.org.br

PARCEIROS INSTITUCIONAIS

Alcoa, Natura, Shell, Norsk Hydro

PARTICIPAÇÃO

Empresas associadas ao Instituto Ethos
Participantes dos Grupos de Trabalho de
Integridade, Meio Ambiente e Direitos Humanos

COORDENAÇÃO

Caio Magri, diretor-presidente
Marina Martins Ferro, gerente-executiva em prática empresariais e políticas públicas

REDAÇÃO

Pedro Malavolta, redator
Marina Martins Ferro, gerente-executiva em prática empresariais e políticas públicas
Marina Esteves Vergueiro de Almeida, coordenadora de projetos em Meio Ambiente
Scarlett Rodrigues da Cunha, coordenadora de projetos em Direitos Humanos
Giovanna Costa Souza, estagiária de projetos em Meio Ambiente
Karoline Oliveira, estagiária de projetos em Integridade
Lucas Carvalho, estagiário de projetos em Direitos Humanos

PARCERIA ESTRATÉGICA

Escritório Maeda Ayres & Sarubbi Advogados

EDIÇÃO

2022

PROJETO GRÁFICO E EDIÇÃO DE ARTE

Maria Vitória Batista
Ramona Ferri

CAPA

Maria Vitória Batista
Ramona Ferri

São Paulo, agosto de 2022

É permitida a reprodução desta publicação, desde que citada a fonte e com autorização prévia do Instituto Ethos.

Esclarecimentos importantes sobre as atividades do Instituto Ethos:

1. Não fazemos consultoria e não credenciamos nem autorizamos profissionais a oferecer qualquer tipo de serviço em nosso nome.
2. Não somos entidade certificadora de responsabilidade social nem fornecemos “selo” com essa função.
3. Não permitimos que nenhuma entidade ou empresa (associada ou não) utilize a logomarca do Instituto Ethos sem nosso consentimento prévio e expressa autorização por escrito.

Para esclarecer dúvidas ou nos consultar sobre as atividades do Instituto Ethos, contate-nos, por favor, pelo serviço **“Fale Conosco”**, do site www.ethos.org.br.

ÍNDICE

1. APRESENTAÇÃO	06
2. DEMOCRACIA E ELEIÇÕES NO BRASIL	09
2.1. A democracia no Brasil	11
2.2. Como funciona as eleições no Brasil	13
2.2.1. Sistemas eleitorais - Majoritário e proporcional	14
2.2.2. Federações partidárias	17
2.2.3. Condições para candidatura e possibilidade de inelegibilidade	18
2.2.4. Justiça Eleitoral	19
2.2.5. Crimes Eleitorais	20
2.3. Financiamento de campanha no Brasil	22
2.3.1. As regras de financiamento para o processo eleitoral de 2022	24
2.4. Participação e diversidade nas eleições	26
2.4.1. Mulheres	28
2.4.2. População negra	30
2.4.3. LGBTQIAP+	32

3. RECOMENDAÇÕES SOBRE COMO AS EMPRESAS PODEM ATUAR NAS ELEIÇÕES	34
3.1. Como as empresas podem defender suas pautas sem fazer propaganda para um partido ou candidato?	36
3.2. O que é um posicionamento responsável durante as eleições?	39
3.3. Como as empresas podem incentivar a participação política?	40
3.4. Quais os limites uma empresa pode estabelecer para a participação política de seus funcionários e suas funcionárias?	41
3.5. Como as empresas que têm relações com os governos devem agir durante as eleições?	43
3.6. Como as empresas podem estimular a diversidade nos cargos públicos?	44
3.7. Quais treinamentos uma empresa pode oferecer para que seus funcionários estejam mais preparados em relação aos riscos que as eleições trazem?	45
3.8. Como as empresas podem atuar frente às Fake News?	46
3.8.1. Como as pessoas podem atuar frente às Fake News?	49
3.9. Quais pontos são importantes ao construir uma Cartilha Eleitoral?	52
4. AGENDA PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL NO BRASIL	53
5. RESULTADOS DA PESQUISA COM EMPRESAS ASSOCIADAS AO INSTITUTO ETHOS	58
6. ATUAÇÃO DAS ORGANIZAÇÕES DA SOCIEDADE CIVIL EM ANOS ELEITORAIS	68
REFERÊNCIAS	70

APRE

SEN

TA

ÇÃO

1

Um passo fundamental para a construção de uma sociedade sustentável e justa no Brasil é o aprimoramento da nossa democracia. Manter, fortalecer e aperfeiçoar a democracia são responsabilidades de todas as pessoas. Nós, como cidadãos e cidadãs, mas igualmente o governo, as organizações da sociedade civil e as empresas precisam, sempre, estar atentos para a manutenção do nosso sistema de governo.

No momento atual, vivemos um período de grande tensionamento das relações políticas no Brasil e no mundo. Isso acarreta na interdição do diálogo e da construção de direcionamentos de atuação comuns para as políticas públicas. A polarização política ao mesmo tempo que amplia o envolvimento de parcelas da população, traz o risco, muitas vezes subestimado, de levar outros contingentes à apatia política, devido ao alto nível de beligerância.

O regime democrático é efetivo para construir propostas levando em conta as posições das diferentes populações, setores econômicos e posições políticas. É desse processo, diverso e enriquecedor, que precisamos para superar desafios como a mudança do clima, para reverter o processo de aumento da desigualdade e da extrema pobreza, da insegurança alimentar, além de fortalecer a cultura de integridade, ética e compliance. Ressaltamos, no entanto, que para se elaborar projetos em comum é preciso que os diferentes grupos aceitem as regras do jogo. No caso brasileiro, essas regras passam pelas eleições.

Por outro lado, não se pode resumir uma democracia a realização de eleições, isso é limitar o seu potencial. É preciso praticar e fortalecer outras formas de participação política como a liberdade de manifestação, as conferências de políticas públicas (por exemplo, de Saúde, Habitação e Assistência Social), os plebiscitos e referendos, os conselhos e ainda os projetos de iniciativa popular, para citar apenas algumas delas. Porém não se pode negar que as eleições são um dos principais momentos em uma sociedade democrática. Por este motivo, o Instituto Ethos publica, desde ano 2000, documentos para auxiliar as empresas no processo de tomada de decisão sobre como atuar de forma ética e responsável no processo eleitoral. Alguns desses documentos foram construídos de forma colaborativa com outras organizações, tais como a Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP), a Transparência Internacional, o Instituto Brasileiro de Certificação e Monitoramento (Ibracem) e o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae).

Até as eleições de 2016, o foco era o debate sobre as doações de empresas para campanhas eleitorais: eles tinham mais efeitos positivos ou negativos? E se uma empresa opta por fazer contribuições financeiras, como ela poderia realizá-las de forma ética e transparente? A preocupação com os escândalos de corrupção ligados ao financiamento de campanhas por parte de empresas era um dos temas presentes nesses documentos.

Duas novidades foram incorporadas às eleições desde então. Em 2016 houve a instituição, pelo Tribunal Superior Eleitoral, de um sistema para divulgação em tempo real das contribuições financeiras. Uma mudança que facilitou enormemente um trabalho que o Ethos desenvolvia: analisar os principais financiadores e como era gasto as doações para campanhas eleitorais. Estudos que antes demandavam meses de empenho, passaram a ser feitos em questões de dias por jornais e grupos de pesquisa nas universidades brasileiras e estrangeiras. Foi um avanço importante nos processos de transparência dos gastos eleitorais.

Outra grande alteração foi a proibição de doações de pessoas jurídicas para campanhas eleitorais, por meio do julgamento Ação Direta de Inconstitucionalidade nº 4650, julgada em setembro de 2015 e que começou a valer nas eleições municipais do ano seguinte.

Sem a possibilidade de contribuições financeiras, a relação das empresas com as eleições mudou. Mas não deixou de ser importante. As empresas permanecem com sua posição de agente de mobilização social. Elas podem incentivar o engajamento político e o voto consciente. Podem ainda participar, promover debates e informações de qualidade – seja nos seus veículos de comunicação interna, seja como patrocinadora de jornais, canais de rádio e televisão, sites ou mesmo os produtores de conteúdo nas redes sociais, conhecidos como influenciadores. Além disso, o setor privado pode influenciar e construir políticas públicas que caminhem na direção de uma sociedade mais justa e sustentável em alinhamento à agenda 2030, com os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) e a própria agenda ASG (Ambiental, Social e Governança). Nesse sentido, as empresas podem trabalhar em conjunto com a sociedade civil, em espaços de diálogos e ações coletivas, para exigir de quem se candidate compromissos públicos com suas promessas de campanha, demandar que sejam concretas, claramente descritas e com metas quantificadas e, posteriormente, cobrar das eleitas e dos eleitos seu efetivo cumprimento.

A presente publicação traz debates sobre essas novas formas e compromissos que as empresas podem ter no seu relacionamento com as eleições no Brasil. Inicialmente apresentamos um debate sobre Democracia e as eleições, tratando de conceitos e das regras sobre o funcionamento do sistema eleitoral brasileiro, e questões como funcionamento do fundo partidário e o financiamento de pessoas físicas nas campanhas. Passamos para uma análise sobre a diversidade, um tema que tem crescido em importância nas empresas e também no Poder Público, trazendo alguns números da representatividade feminina, da população negra, indígena e LGBTQIAP+.

Em seguida traremos algumas recomendações para como as empresas podem atuar nas eleições e como minimizar esse risco. Também dedicamos um espaço para reflexões sobre pontos que devem ser tratados no debate público dessa eleição, em um esforço de construir uma plataforma com ações de médio e longo prazo para endereçar questões essenciais no campo dos Direitos Humanos; do Meio Ambiente e da mitigação da mudança do clima; na Ética e Integridade. Tanto as propostas como as recomendações tratadas neste documento, foram produzidas em conjunto com as empresas nos grupos de trabalho mantidos pelo Instituto Ethos.

Adicionalmente, trazemos os resultados de uma pesquisa com as empresas associadas ao Instituto sobre a percepção delas sobre a relação entre responsabilidade social e as eleições, além da adoção de políticas internas sobre participação política e eleitoral.

Esperamos que esta publicação contribua para o necessário fortalecimento da nossa democracia.

Boa Leitura!