

As eleições e a responsabilidade social das empresas

Os gastos dos candidatos a cargos majoritários (presidente, governador e senador), nas eleições de 2002, devem chegar a R\$ 1 bilhão, informa o TSE. Juntos, os quatro candidatos à Presidência estimam gastar R\$ 146,5 milhões.

Devido a essas altas somas, os coordenadores das principais campanhas afirmam que a crise econômica e o medo de escândalos têm dificultado a captação de recursos. E esse receio não é à toa. São vários os exemplos recentes, em todo o mundo, de práticas ilegais que acabam por abalar a imagem das empresas envolvidas e provocar renúncias de governantes e auxiliares. Os profundos danos políticos causados por essas denúncias expressam o repúdio da opinião pública ao abuso econômico.

No Brasil, as grandes doações – quase sempre realizadas por empresas ou empresários –, são o principal sustentáculo das candidaturas a cargos majoritários. E isso pode ser creditado, entre vários fatores, à extensão territorial do País e ao fato de que os partidos praticamente ignoram outras possibilidades de arrecadação de recursos para manutenção de suas atividades. O financiamento público das campanhas, que poderia até eliminar as doações, é uma tese ainda pouco compreendida e encontra muitas resistências.

A vitória de candidaturas alimentadas por doações ilegais abre caminho para a corrupção. Daí decorrem os favorecimentos, as licitações e contratos fraudados, o superfaturamento de obras e serviços, o uso de informações privilegiadas e outras formas de desvio de recursos públicos. Na próxima campanha, parte desses recursos desviados retorna sob a forma de doações, e o esquema se completa.

Por isso tudo, a contribuição eleitoral socialmente responsável é uma oportunidade de romper com o ciclo da corrupção. Além da rigorosa obediência à legislação, a contribuição financeira das empresas para candidatos e partidos deve estar desvinculada de qualquer expectativa de retorno econômico e comercial.

Ao deparar-se com tantas exigências, o empresário pode achar mais fácil omitir-se e não apoiar nenhum candidato. Essa postura, porém, só faz agravar os problemas já existentes. É preciso participar. Mas a participação empresarial deve estar dirigida pelos princípios e valores ditados por sua responsabilidade social, uma cultura que deve estar incorporada na gestão da empresa, permeando todas as suas atividades. Inclusive, quando ela decide contribuir, legalmente e com transparência, para o fortalecimento da

democracia em nosso País.

Oded Grajew

www.nossasaopaulo.org.br e www.cidadessustentaveis.org.br

REDE
NOSSA
SAOPAULO



PROGRAMA
CIDADES
SUSTENTÁVEIS