

O processo eleitoral e a responsabilidade social das empresas

A necessidade de limitar e disciplinar a influência do poder econômico nas eleições é, historicamente, uma questão-chave para a democracia. No Brasil, a sustentação das campanhas eleitorais depende visceralmente de grandes doações – quase sempre realizadas por empresas ou empresários –, seja pela extensão territorial do País, seja pelo fato de que os partidos praticamente ignoram outras possibilidades de arrecadação de recursos para manutenção de suas atividades. O País está longe de compreender a importância do financiamento público das campanhas, que poderia eliminar a possibilidade das doações, tese que ainda encontra muitas resistências junto aos legisladores.

Ainda que pareça paradoxal, doações para campanhas eleitorais feitas de grandes somas de dinheiro vivo, sem recibo nem registro contábil, são capazes de destruir qualquer candidatura. Podem, também, manchar a imagem institucional das empresas doadoras.

Por serem ilegais, doações desse tipo poderiam, potencialmente, condenar uma candidatura do ponto de vista jurídico. Mas isso raramente acontece, já que a Justiça é morosa, a legislação tem muitas brechas e grande parte dos acusados valem-se de foros privilegiados para postergar eventuais processos.

Politicamente, porém, tem sido mais freqüente o naufrágio de candidaturas em virtude de doações obscuras, que saem dos “caixas 2” do mundo dos negócios direto para a contabilidade paralela dos tesoureiros de campanha. Basta que essas doações sejam descobertas e denunciadas. Os efeitos políticos devastadores dessas denúncias expressam a condenação do abuso do poder econômico pela consciência popular.

Porém, mesmo quando as doações irregulares não são descobertas, as candidaturas alimentadas por elas já nascem destruídas do ponto de vista ético e vão reproduzir o que há de pior em nossa cultura política clientelista e patrimonialista. Uma candidatura dessas, se for vitoriosa e resultar num mandato, certamente deixará nele a porta aberta para a corrupção.

Por isso tudo, a contribuição eleitoral responsável é uma oportunidade de romper com o ciclo que começa na doação ilegal e tem como etapas subseqüentes os favorecimentos; as concorrências públicas dirigidas; os contratos fraudulentos; os aditamentos irregulares; o superfaturamento de produtos, obras e serviços; o vazamento de informações privilegiadas e outras técnicas que viabilizam os desvios de recursos públicos. O ciclo da corrupção se completa quando parte dos recursos desviados retorna

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

**RE
DE
E** NOSSA
SAOPAU
LO



PROGRAMA
CIDADES
SUSTENTÁVEIS

sob a forma de doações, na próxima campanha.

As empresas são atores sociais poderosos e com grande capacidade de impulsionar o aprimoramento das relações políticas no País. Se houver uma participação empresarial responsável, baseada em valores éticos, é razoável esperar que sejam eleitos mais candidatos comprometidos com esses valores. Por outro lado, empresas acostumadas a participar “desse jogo” e a justificar que “todo mundo faz assim” serão mais questionadas e ficarão mais expostas à condenação da sociedade.

Certamente, a participação socialmente responsável nas eleições é só um dos passos que cabe às empresas. No cotidiano, também é preciso fortalecer a postura de responsabilidade. As empresas podem ajudar a sociedade a coibir a corrupção e a cobrar dos eleitos a efetivação de políticas públicas capazes de efetivar os direitos básicos de cidadania.

Papel destacado, nesse sentido, cabe também aos diversos veículos de comunicação, constituídos, na sua grande maioria, por empresas privadas. Além de cumprir seu papel de fiscalização e denúncia, a mídia pode incluir e enfatizar a responsabilidade social na agenda dos temas decisivos para o futuro do País.

Neste ano em que os brasileiros escolherão o presidente da República, governadores, senadores, deputados federais e estaduais, os empresários têm nas mãos um desafio que é também uma ótima oportunidade.

Buscando contribuir para o debate sobre o papel das empresas no processo eleitoral, o Instituto Ethos, em parceria com a Fiesp/Ciesp e o Yáziqi Internexus, lançou recentemente a publicação *A Responsabilidade Social da Empresas no Processo Eleitoral*, que apresenta alguns princípios para a reflexão das empresas – micro, pequenas, médias e grandes - que procuram adotar práticas e políticas socialmente responsáveis. Eles apontam, além da rigorosa obediência à legislação, a necessidade da contribuição financeira das empresas para candidatos e partidos estar desvinculada de qualquer expectativa de retorno econômico e comercial. Com uma atitude ética e transparente no apoio a partidos e candidatos, as empresas dão o exemplo e podem se transformar em escolas de cidadania para clientes, fornecedores, empregados e para a comunidade onde atua.

Outras ações no sentido de tornar esse processo cada vez mais claro são possíveis, como promover debates sobre as eleições, sobre o funcionamento e as atribuições das

instâncias de poder em disputa, nos âmbitos do Executivo e do Legislativo. Uma medida que também ajuda a criar um ambiente socialmente responsável nas empresas é a consulta a sócios e colaboradores sobre quais eventuais candidatos ou diretrizes a empresa deve apoiar no processo eleitoral.

Diante de tantas exigências éticas e legais, pode parecer mais fácil para o empresário simplesmente omitir-se, dizer que não tem nada a ver com política e não colaborar com ninguém nem participar de nenhum debate ou reflexão. Essa atitude, porém, além de irresponsável, serve para agravar os problemas que já existem. E uma sociedade desorganizada e eticamente deteriorada não terá como produzir um ambiente economicamente saudável e propício para o desenvolvimento dos negócios.

Nesse cenário, fica claro que não basta empreender: é preciso participar. Mas apenas participar não é suficiente. A participação empresarial deve estar dirigida pelos princípios e valores ditados por sua responsabilidade social.

Oded Grajew