Sábado, 28 de Novembro de 2026

Especialista alerta empresas sobre atitude de risco que pode virar crime durante as eleições

Advogado lista oito situações comuns no ambiente corporativo, como uso de e-mail e assédio eleitora

O Brasil se prepara para as eleições gerais de 2026 em um ambiente político marcado pela polarização. Nesse contexto, a opinião política do chefe muitas vezes acaba se impondo dentro das empresas, no entanto, especialista alerta: **a negligência nesse período pode resultar em infrações eleitorais, responsabilização criminal de gestores e danos irreparáveis à reputação corporativa**.

Empresa comete crime eleitoral sem saber, diz advogado

Segundo o advogado Filipe Lovato Batich, especialista em Direito Penal Empresarial e investigações, o ambiente eleitoral cria zonas de risco específicas que muitas companhias subestimam. Essas áreas de perigo podem trazer consequências sérias tanto na esfera eleitoral quanto na penal.

“Não é raro que empresas cometam ilícitos eleitorais sem qualquer intenção deliberada“, afirma o advogado através de nota. Ele cita exemplos concretos: a falta de políticas internas claras, o uso informal da estrutura corporativa por colaboradores ou a manutenção de relações comerciais mal documentadas com entidades ligadas a agentes públicos. No período eleitoral, essas situações ganham uma dimensão jurídica completamente diferente.

Neutralidade obrigatória

Na prática, o advogado elenca oito pontos que as empresas precisam monitorar. O primeiro deles envolve a neutralidade político-partidária. A empresa, seus gestores e colaboradores não podem usar a estrutura corporativa – marcas, canais institucionais ou recursos internos – para apoiar, promover ou se opor a candidatos, partidos ou coligações. Também não adianta adotar medidas que influenciem colaboradores ou terceiros a votarem (ou não) em determinado candidato, isso já configura infração segundo o especialista.

Doações, propaganda e assédio eleitoral viram alvo de risco

Além disso, torna-se ilegal qualquer contribuição financeira ou estimável em dinheiro feita por empresas a campanhas, candidatos ou partidos. Por isso, as empresas precisam monitorar pagamentos, patrocínios e contratos para evitar a caracterização indireta de doação eleitoral. Os colaboradores também devem receber uma orientação clara: **as doações pessoais não podem vincular, de nenhuma forma, o nome da empresa**.

Outro ponto sensível diz respeito ao uso de recursos corporativos. E-mails, veículos, equipamentos, brindes, espaços físicos e tempo de trabalho não podem servir a atividades eleitorais, ainda que de caráter pessoal. Controles internos de prevenção e detecção de desvios tornam-se essenciais nesse período.

A empresa também precisa orientar os funcionários para que manifestações políticas individuais permaneçam restritas ao âmbito pessoal, fora do ambiente corporativo e sem qualquer associação à marca. Evitar constrangimento, assédio eleitoral ou qualquer forma de influência indevida entre hierarquias entra nessa mesma conta.

Image not found or type unknown
O Brasil se prepara para as eleições gerais de 2026 em um ambiente político marcado pela polarização. Nesse contex

Foto: Tânia Rêgo/Agência Brasil

O quinto alerta recomenda redobrar a cautela em contratações, patrocínios, convênios e interações com agentes públicos ou pessoas jurídicas a eles vinculadas – as chamadas pessoas politicamente expostas. As

decisões comerciais devem seguir critérios técnicos, com documentação rigorosa, e permanecer desvinculadas de interesses eleitorais ou de qualquer vantagem indevida.

Campanhas publicitárias e ações institucionais também merecem revisão cuidadosa. As empresas precisam garantir que nenhuma comunicação seja interpretada como propaganda eleitoral ou promoção pessoal de agentes políticos, mesmo que involuntariamente.

Em sétimo lugar, promover treinamentos sobre regras eleitorais, ética e compliance para gestores, lideranças e áreas mais expostas mostra-se uma medida fundamental. Políticas de integridade devem ser revisadas e atualizadas antes do início do período eleitoral.

Prevenir custa menos do que explicar depois, alerta especialista

Por fim, as empresas precisam manter canais acessíveis e confidenciais para o reporte de irregularidades. Remediar infrações o quanto antes mostra-se crucial, especialmente para evitar riscos de imagem, que nesse período tendem a se amplificar rapidamente, orienta o advogado.

Filipe Lovato conclui que adotar essas medidas não representa apenas uma questão de conformidade legal. “**Empresas que ignoram o ambiente eleitoral ficam expostas a riscos que podem se materializar meses ou anos depois, na forma de investigações administrativas ou criminais**“, afirma o advogado. “**Atuar preventivamente é sempre muito menos custoso do que remediar, além de proteger a imagem da empresa**“.

Weslly Gomes

leiaja