Como proteger a empresa em um ano eleitoral: 10 perguntas e respostas

11.09.2026 8 minutos de leitura



Autores

Anna Carolina Malta Spilborghs

Cibelle Linero

Fernanda Nasciutti

Áreas relacionadas

Compliance, Investigações e Direito Sancionador Trabalhista

Assuntos

Compliance, Investigações e Direito Sancionador Compliance Trabalhista Eleições

Em resumo

Em ano eleitoral, a reputação corporativa fica mais exposta ao escrutínio social e a condutas individuais percebidas como posição da empresa. Protegê-la depende menos de comunicação e mais de compliance trabalhista, governança e controles internos consistentes, somados ao cumprimento da Lei das Eleições e das resoluções do TSE. Este material reúne as principais dúvidas sobre a atuação empresarial em 2026, com o que é juridicamente recomendado e o que deve ser evitado.

A reputação corporativa é um ativo estratégico de toda empresa, porém frágil. Acontecimentos emblemáticos nos últimos meses mostram que o risco reputacional se manifesta de forma transversal nas atividades, comunicações e na conduta dos representantes das empresas e, quando materializado, pode gerar impactos severos e duradouros na imagem institucional, na credibilidade da marca e na confiança dos stakeholders.

Quando a conduta individual de administradores, diretores ou representantes é percebida como expressão da posição institucional da companhia, essa circunstância é capaz de comprometer, de forma abrangente, a reputação corporativa.

Independentemente, a reputação não deve ser tratada como uma questão exclusivamente comunicacional, uma vez que ela está diretamente ligada à qualidade dos sistemas internos, cultura organizacional e à forma como as empresas respondem a riscos e irregularidades. Para tanto, investimentos em compliance trabalhista, governança corporativa e controles internos não

apenas mitigam riscos legais, mas também funcionam para preservar a reputação.

Entretanto, vale destacar que uma vez implementados controles internos mais robustos, as expectativas também serão elevadas. Ou seja, quanto maior a reputação da empresa, mais relevante pode ser o efeito negativo de um evento adverso, quando uma empresa reconhecida por boas práticas enfrenta problemas de compliance ou de comunicação, o impacto reputacional tende a ser mais intenso. Em outras palavras, a construção de uma boa reputação e imagem não protege a empresa contra o risco; ao contrário, exige maior coerência entre a sua conduta e de seus representantes e de seus controles.

Baixe o material com perguntas e respostas sobre o tema

As empresas em ano eleitoral

Especificamente no ano de 2026, por se tratar de ano eleitoral, observa-se uma intensificação do escrutínio social sobre a atuação das empresas e sobre a forma como estas se relacionam com a sociedade.

Em cenários eleitorais e com a atual polarização mundial, os consumidores, investidores e demais públicos de interesse tendem a adotar uma postura mais crítica, interpretando atos, discursos e estratégias empresariais à luz de possíveis alinhamentos ou preferências políticas.

Diante desse ambiente de elevada sensibilidade reputacional, torna-se imprescindível que as empresas adotem mecanismos robustos de mitigação de riscos, não apenas para atender exigências legais trabalhistas e regulatórias, decorrentes da Lei das Eleições, por exemplo, mas também para preservar a confiança de seus investidores e demais partes interessadas.

Nesse sentido, o presente trabalho propõe-se a responder as principais dúvidas sobre a atuação empresarial em anos eleitorais, com o objetivo de esclarecer o que é juridicamente recomendado e o que deve ser evitado, bem como de indicar boas práticas para a preservação da reputação corporativa em contextos de alta exposição política.

10 perguntas e respostas sobre o período eleitoral

Pessoa jurídica pode realizar doação eleitoral?

Não. O Supremo Tribunal Federal, no julgamento da ADI nº 4.650, declarou a inconstitucionalidade das doações eleitorais realizadas por pessoas jurídicas, por violação aos princípios democráticos e da igualdade política. Tal entendimento foi posteriormente incorporado ao ordenamento jurídico pela Lei nº 13.165/2015, que vedou expressamente esse tipo de doação, ratificando a decisão do Supremo Tribunal Federal.

A proibição de doações por pessoas jurídicas aplica-se somente a doação em dinheiro?

Não. As doações de quaisquer recursos estimáveis em dinheiro, como bens ou serviços prestados, também estão proibidas de serem realizadas por pessoas jurídicas.

A empresa pode proibir que seus colaboradores façam campanha em favor de determinado candidato ou partido fora de suas instalações ou em redes sociais?

Não. A manifestação política é direito fundamental inerente à liberdade de expressão e não pode ser restringida pelo empregador quando realizada em caráter pessoal, fora do ambiente de trabalho. Contudo, a empresa pode exigir, por meio de políticas internas e de governança, que tais manifestações deixem evidente seu caráter pessoal, sem qualquer vinculação à empresa, vedando o uso do nome, da marca, do cargo ou de qualquer elemento que possa gerar associação institucional, o que será ainda mais relevante, quanto maior for o cargo ocupado pelo colaborador na organização.

A empresa pode proibir que seus empregados façam campanha em favor de determinado candidato ou partido nas suas instalações?

Sim. A empresa pode, por meio de políticas internas estabelecer a vedação ao uso do ambiente de trabalho, do cargo ou de qualquer vinculação institucional para a manifestação ou propagação de posicionamentos político-partidários. Da mesma forma, é legítimo que a empresa proíba a utilização de seus ativos, recursos, marcas, sistemas, informações ou quaisquer bens de sua propriedade para a realização de campanhas políticas, independentemente do candidato ou partido envolvido.

A empresa pode vedar que seus empregados efetuem doações eleitorais?

Qualquer cidadão possui o direito de realizar doações eleitorais, observado o limite de até 10% de seus rendimentos brutos auferidos no ano anterior à eleição, bem como de doar ou ceder bens pessoais estimáveis em dinheiro diretamente a candidatos. No entanto, é possível que as empresas estabeleçam restrições específicas aplicáveis a empregados que detenham poderes de representação institucional, bem como a administradores ou membros do conselho, considerando que as doações realizadas por tais agentes podem ser percebidas como vinculadas à empresa, com potencial finalidade de obtenção de benefícios. Não há impedimento jurídico para a implementação dessa restrição, desde que ela seja formalmente instituída e previamente comunicada aos empregados (representantes) abrangidos, não sendo aplicável de forma genérica a todo o quadro funcional.

A empresa pode vedar que seus empregados se candidatem a cargos públicos?

Não. Este é um direito fundamental à participação política. No entanto, a candidatura do empregado não o isenta de cumprir com os seus deveres decorrentes da relação de trabalho mantida com o empregador. O empregador pode incluir em suas políticas internas que o empregado ou administrador deve informar a empresa a respeito de sua candidatura para que seja avaliado potencial conflito de interesses e incompatibilidade do exercício do cargo público com a atividade desempenhada pela empresa.

Uma análise de cada contrato deverá ser feita pela empresa, com vistas a confirmar, por exemplo, a viabilidade/necessidade de um empregado eleito ter seu contrato de trabalho suspenso e/ou sua jornada reduzida. Por exemplo, deputados e senadores não podem, a partir de sua posse, exercer função remunerada em empresa que tenha contrato com a Administração Pública, o que poderá inviabilizar a sua permanência como colaborador.

A empresa pode fazer campanha em favor de determinado candidato ou partido?

Não. Qualquer forma de propaganda e publicidade destinada a conquistar votos é considerada gasto eleitoral e, portanto, está sujeita aos limites fixados na Lei das Eleições. Como visto anteriormente, a referida Lei veta a doação por parte de pessoas jurídicas para candidatos ou partidos políticos. Nesse sentido, por exemplo, a Resolução TSE nº 23.610/2019, art. 29-A, § 2º, I, veda expressamente a transmissão de live eleitoral por pessoa jurídica não partidária, sendo irrelevante a ausência de impulsionamento ou monetização para a configuração da infração. Nesse contexto, vale destacar que a Resolução TSE nº 23.610/2019, do Tribunal Superior Eleitoral, veda o impulsionamento pago de publicações em redes sociais realizadas por apoiadores (sejam pessoas naturais ou jurídicas) com o objetivo de ampliar o alcance ou o engajamento do conteúdo, ressalvadas as hipóteses legalmente permitidas aos partidos políticos, federações, coligações, candidatas, candidatos e seus representantes.

Pode ser realizada propaganda eleitoral nas instalações da pessoa jurídica?

Em regra, a Lei das Eleições veda a veiculação de material de propaganda eleitoral em bens particulares. Nesse contexto, a empresa pode proibir que seus empregados utilizem, no ambiente de trabalho, bottons, bonés, camisetas ou quaisquer outros itens que façam alusão a partidos políticos ou candidatos, sendo lícito ao empregador estabelecer padrões de vestimenta. Por outro lado, em respeito ao livre exercício da cidadania e à liberdade de voto e expressão, o empregador não pode compelir o empregado a utilizar vestimentas ou símbolos que façam alusão a determinados candidatos ou partidos, sendo que qualquer forma de coação do trabalhador com o objetivo de influenciar seu voto configura assédio e crime eleitoral. Importante destacar que o MPT e a JT já contam com jurisprudência sobre questões envolvendo assédio eleitoral (com condenações em danos morais coletivos).

A empresa pode vedar divulgação de candidatos ou partidos em grupos de comunicação profissional (e-mail e whatsapp corporativo ou qualquer mídia social corporativa, por exemplo)?

Sim. A empresa pode, por meio de suas políticas internas, vedar a divulgação de conteúdos de natureza político-partidária em seus canais de comunicação profissional, tais como e-mail corporativo, aplicativos de mensagens institucionais e demais meios disponibilizados para fins exclusivamente laborais. Esses canais integram o ambiente de trabalho e destinam-se ao desempenho das atividades profissionais, sendo legítima a adoção de regras internas que preservem a neutralidade institucional.

As políticas internas e/ou os programas de compliance necessitam de ajustes em período eleitoral?

Recomenda-se que as políticas internas e/ou os programas de compliance já abordem previamente essas questões. No entanto, em ano eleitoral, tais diretrizes devem ser reforçadas de forma antecipada, por meio de treinamentos ou comunicações internas sobre as regras já existentes e atualizadas, de modo a preparar, ao longo de todo o período eleitoral, os profissionais para que atuem em conformidade.

Baixe o Q&A para consultar quando quiser

O BMA Advogados é um dos principais escritórios *full service* do Brasil, reconhecido por assessorar empresas e investidores nas operações mais relevantes e sofisticadas do mercado.

› PROFISSIONAIS

Profissionais que aliam visão jurídica e visão de mercado



Anna Carolina Malta Spilborghs



Cibelle Linero



Fernanda Nasciutti