



Relatório

Valores democráticos no empresariado brasileiro

Apoio:

**Fundação
Tide
Setubal**





Relatório

Valores democráticos no empresariado brasileiro

Apoio:

Fundação
Tide
Setubal



Valores democráticos no empresariado brasileiro



Apresentação

O presente relatório apresenta os principais resultados de uma pesquisa executada pelo Instituto Sivis em parceria com a Fundação Tide Setubal. Trata-se de uma iniciativa com vistas a investigar a difusão dos valores democráticos em uma ampla amostra do empresariado brasileiro e o seu grau de comprometimento com a democracia. Em um ano eleitoral especialmente crítico para o futuro da nossa democracia, consideramos fundamental conhecer aspectos da cultura política do setor empresarial, tendo em vista que, tanto para processos de autocratização quanto para os de democratização, a elite empresarial é comumente reconhecida pela literatura especializada como um ator-chave nos eventos de mudança política. Sendo assim, os resultados da pesquisa aqui apresentados procurarão caracterizar os principais valores, atitudes e comportamentos políticos dos empresários, apontando quais são as forças e as fragilidades de tal caracterização no que se refere a uma desejável cultura democrática sólida e com raízes valorativas profundas no empresariado nacional.

Desejamos uma ótima leitura!

Valores democráticos no empresariado brasileiro



Sumário executivo

- Pesquisa com uma amostra ampla de empresários brasileiros, contemplando cotas proporcionais de empresas em termos de setor (Indústria, Comércio e Serviço), tamanho (Pequena, Média e Grande) e região (Sul, Sudeste, Centro-Oeste, Nordeste e Norte).
- 68% dos empresários do sexo masculino se dizem muito interessados por política, contra 39% das empresárias do sexo feminino.
- 42% dos empresários com até ensino superior incompleto concordam que a mídia não deveria divulgar notícias que prejudicassem o governo em tempos difíceis, mesmo que verdadeiras, contra 22% dos empresários com pós-graduação ou acima.
- 89% dos empresários do sexo masculino sentem que entendem bem os assuntos políticos mais importantes do país, contra 68% das empresárias do sexo feminino.
- 58% dos empresários adultos acre-

ditam que os que governam o país se interessam pelo que pessoas como eles pensam, contra 49% dos jovens empresários.

- 18% dos pequenos empresários julgam que não cabe a eles trabalhar pela solução dos problemas sociais existentes no país, contra 5% dos grandes empresários.
- 88% dos empresários idosos acreditam que ninguém deve ser sujeito à tortura independentemente das circunstâncias, contra 72% dos jovens empresários.
- 85% dos empresários com pós-graduação ou acima concordam que pessoas aprisionadas são também merecedoras de respeito e dignidade, contra 67% dos empresários com até ensino superior incompleto.
- 75% dos empresários com pós-graduação ou acima relatam que frequentemente dialogam com pessoas com opiniões políticas opostas às deles, contra 58% dos empresários com até ensino superior incompleto.

Valores democráticos no empresariado brasileiro



- 86% dos empresários idosos consideraram aceitável que outras pessoas tenham e expressem opiniões políticas e morais opostas às deles, contra 80% jovens empresários.
- 76% dos empresários do sexo masculino estariam dispostos a mudar de opinião caso lhes fossem apresentados argumentos convincentes em um debate com um adversário político, contra 63% das empresárias mulheres.
- 65% dos empresários com pós-graduação ou acima discordam que, para prender criminosos, há ocasiões em que as autoridades podem agir sem respeitar as leis, contra 50% dos empresários com até ensino superior incompleto.
- A maioria dos empresários idosos (48%) considera que a meta de proteger a liberdade de expressão no país deveria ser prioritária nos próximos anos, ao passo que a maioria dos jovens empresários (41%) acredita que a meta prioritária deveria ser combater a inflação.
- 76% dos jovens empresários discordam que, quando o país está enfrentando dificuldades, é justificável que o Presidente da República feche o Congresso e governe sozinho, contra 56% dos empresários idosos.
- A imensa maioria dos empresários (91%) concordam que, apesar de ter alguns problemas, a democracia é preferível a qualquer outra forma de governo.
- 67% dos empresários idosos estão insatisfeitos com o funcionamento da democracia no Brasil, contra 45% dos jovens empresários.
- 85% das empresárias mulheres julgam ser importante para suas empresas a discussão que tem ganhado força no mundo corporativo sobre práticas de cunho ambiental, social e de governança, contra 72% dos empresários homens.
- A maioria absoluta dos empresários (62%) considera o compliance e as práticas anticorrupção como as mais importantes de ESG.

Valores democráticos no empresariado brasileiro



Introdução

Um dos poucos consensos na literatura científica sobre democratização é que a democracia é mais provável de subsistir em países desenvolvidos (Geddes, 1999). Em termos monetários, é possível dizer que a probabilidade de que uma democracia sobreviva aumenta constantemente com o crescimento da renda per capita (Przeworski, 2005). Inversamente, a probabilidade de que o regime democrático entre em colapso é uma função do desempenho econômico das nações, sendo que experiências de crise econômica representam uma das ameaças mais comuns à estabilidade democrática (Diamond e Linz, 1989). Não surpreende, portanto, que o setor empresarial, cujos interesses são os mais diretamente ligados às oscilações econômicas do mercado, desempenha papel crucial na estabilização ou desestabilização do regime democrático.

Nesse sentido, importa compreender as especificidades políticas desse segmento a fim de avaliar a resiliência da democracia brasileira frente a possíveis pressões autoritárias num futuro próximo. Neste ano teremos eleições nacionais que prometem ser as mais polarizadas e agressivas já experimentadas pela jovem democracia no Brasil, que, segundo os dados mais recentes do Instituto V-Dem (*Varieties of Democracy*), compõe a infame lista dos 10 países que mais regrediram democraticamente na última década, ao lado de nações como Hungria, Polônia e Turquia (V-Dem, 2022). Episódios de violência política, seja física ou simbólica, já estão sendo testemunhados em todo o país com cada vez mais frequência à medida que se aproxima a data do pleito. Tais ocorrências poderiam ser interpretadas como indícios de fratura no sistema político, sugerindo uma possível ruptura em curso. Porém, é preciso lembrar que, para a

Valores democráticos no empresariado brasileiro



ignição de processos de mudança política, a opinião e o comportamento das massas não têm o mesmo peso que aqueles das elites, sendo que a literatura empírica já demonstrou que mobilizações e fervores populares têm pouca importância para precipitar processos de democratização (Geddes, 1999).

As atitudes e valores políticos das elites, por outro lado, normalmente importam bastante nesse tipo de processo, além de muitas vezes serem pouco congruentes com aqueles manifestados pelas massas. De fato, os estudos de cultura política apontam que nenhuma sociedade é culturalmente homogênea, havendo importantes diferenças em termos de cultura política a se considerar, especialmente entre o binômio elites e massas (Rennó, 1998). Inclusive, análises históricas apontam que os valores, normas e orientações comportamentais subjacentes às noções de tolerância, confiança, cooperação etc., foram primeiro desenvolvidos entre uma pequena elite

que compartilhava perspectivas similares para só depois se massificarem (Dahl, 1997). Exemplo notório disso provém da experiência histórica britânica, que, num primeiro momento, experimentou uma emergência gradual e incremental da cultura democrática predominantemente no nível das elites, enquanto resultado de escolhas estratégicas e instrumentais de um número relativamente pequeno de atores (Almond e Verba, 1989).

“[...]em se tratando da defesa da democracia neste momento tão conturbado da nossa história política, os empresários podem vir a ser importantes aliados no fortalecimento das instituições e na disseminação de valores democráticos.”

Valores democráticos no empresariado brasileiro



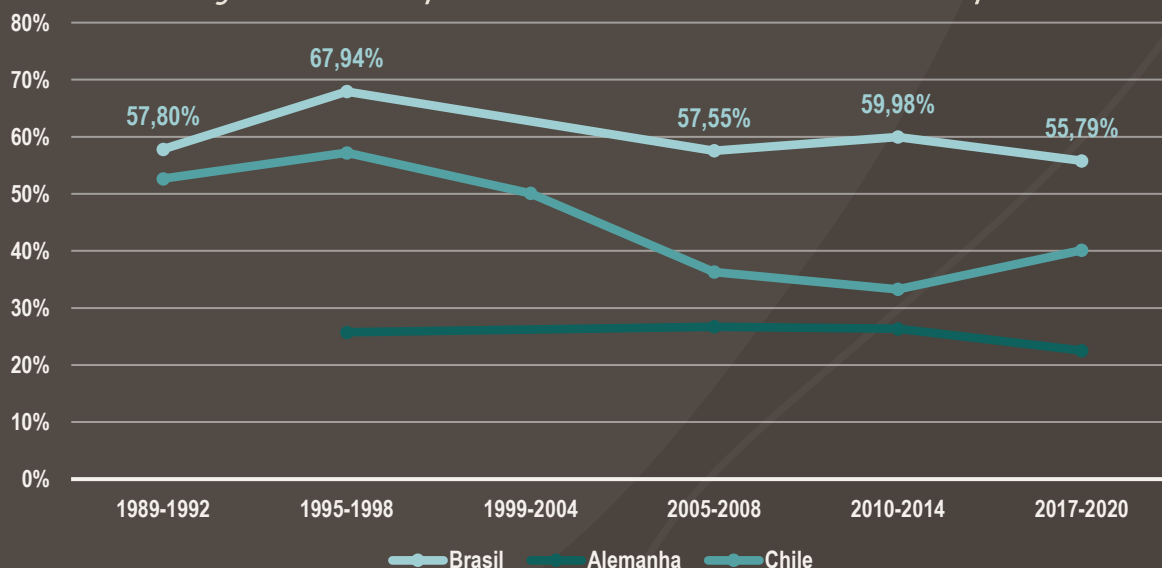
As elites econômicas, em específico, têm historicamente se apresentado como atores centrais para o sucesso ou o fracasso das democracias, até porque a própria emergência do regime democrático dependeu em ampla medida do crescimento da burguesia e da modernização das relações de ordem econômica e política promovida por essa nova classe dominante (Inglehart, 1988). Desse modo, é essencial considerar o papel do setor empresarial na manutenção do regime democrático brasileiro, haja vista que, em se tratando da defesa da democracia neste momento tão conturbado da nossa história política, os empresários podem vir a ser importantes aliados no fortalecimento das instituições e na disseminação de valores democráticos.

Ademais, há que se considerar que, na média da opinião pública brasileira, as grandes empresas, por exemplo, gozam de ampla confiabilidade, como pode ser visto no Gráfico 1 a partir dos dados da Pesquisa Mundial de Valores

(*World Values Survey - WVS*), diferentemente das instituições políticas que vêm sofrendo há tempos de baixa credibilidade junto aos brasileiros (Moisés, 2010). Apesar de ter experimentado uma ligeira queda nos últimos anos, a porcentagem de cidadãos brasileiros que dizem confiar bastante ou muito nas grandes empresas foi de 55% no período 2017-2020, sendo substancialmente maior do que a taxa de confiança entre os alemães (22%) e os chilenos (40%) no mesmo período. Este dado pode ter implicações positivas para a nossa democracia, na medida em que as grandes empresas possuem um papel central na organização social, gerando empregos e difundindo valores. Caso possamos, enquanto sociedade, canalizar tal credibilidade e influência das empresas para o fortalecimento da democracia, contaremos com uma interessante alavanca para superar nosso atraso democrático.

Valores democráticos no empresariado brasileiro

Gráfico 1: Porcentagem de cidadãos que confiam bastante ou muito nas Grandes Empresas



Fonte: World Values Survey Association (WVSA).

Por outro lado, é também importante considerar que não apenas a democracia precisa do apoio do empresariado para a sua subsistência, mas também o ambiente de negócios se beneficia da estabilidade democrática para a sua prosperidade. De fato, estudos empíricos recentes têm demonstrado que um ambiente aberto e inclusivo para o debate crítico e a livre troca de ideias aumenta a disseminação de novas tecnologias nas democracias, levando a mudanças tecnológicas mais rápidas, um dos principais motores do

crescimento de longo prazo (Carayannis e Campbell, 2014; Knutsen, 2015). Ademais, a democracia também funciona como uma “rede de segurança” contra a volatilidade econômica (ditaduras experimentam mais “milagres”, mas também mais “desastres” econômicos), sendo que somente o regime democrático é capaz de garantir alta previsibilidade econômica e baixa incerteza no mundo dos negócios via Império da Lei e garantia de liberdades e direitos (Knutsen, 2021). Sendo assim, é possível observar que há um cla-

Valores democráticos no empresariado brasileiro



ro entrelaçamento de destinos da democracia e do mundo dos negócios, vigorando uma relação de benefício mútuo entre essas esferas do tecido social.

Com esse panorama em vista, a presente pesquisa procurou revelar quais são as principais características e inclinações sociopolíticas de uma ampla amostra de empresários brasileiros, considerando em especial suas orientações em relação ao regime democrá-

“[...] não apenas a democracia precisa do apoio do empresariado para a sua subsistência, mas também o ambiente de negócios se beneficia da estabilidade democrática para a sua prosperidade.”

tico. A motivação básica por trás da pesquisa é o momento crítico em que se encontra nossa jovem democracia, demandando, portanto, análises e reflexões que possam descortinar possíveis aliados ou obstáculos ao fortalecimento do regime no país, sobretudo diante de constantes assédios e intimidações que o processo eleitoral tem sofrido nos últimos tempos. Além dessa breve nota introdutória, este relatório também conta com uma sucinta apresentação metodológica realizada na próxima seção, visando dar transparência sobre as premissas e as estratégias de coleta de dados, bem como com uma seção de discussão dos resultados principais e outra de fechamento e considerações finais acerca dos limites e alcances da nossa pesquisa.

Valores democráticos no empresariado brasileiro



Metodologia

As entrevistas foram realizadas por telefone entre os dias 20/05 e 08/07 com uma amostra não-probabilística de empresários brasileiros. A fim de obter maior confiabilidade dos dados, utilizamos uma amostragem por cotas com proporções relativas de empresários segundo três variáveis-chave de caracterização das empresas: Região, Setor e Tamanho. No que se refere à variável regional, optamos pela agregação das regiões Centro-Oeste e Norte para a composição da cota, de modo a tornar a amostragem mais viável neste segmento. Em termos setoriais, consideramos apenas os setores macro de Serviço, Comércio e Indústria, haja vista que levar em conta os setores primários (contemplando a agricultura, a pecuária e os setores extrativos) inviabilizaria nosso desenho amostral. Por fim, para a composição das cotas de tamanho consideramos o faturamento anual das empresas, a saber: Pequenas

Empresas - Faturamento de R\$ 360 mil até R\$4,8 milhões/ano; Médias empresas - Faturamento acima de R\$ 4,8 até R\$ 300 milhões/ano; Grandes empresas - Faturamento acima de R\$ 300 milhões/ano.

A Tabela 1 apresenta as proporções amostradas para cada segmento do nosso desenho amostral por cotas e a quantidade de entrevistas que de fato foram realizadas. Podemos observar que a única cota que não foi satisfatoriamente preenchida se refere ao segmento das grandes empresas. Como nossa unidade de observação são os empresários, isto é, os indivíduos que são proprietários ou sócios das empresas, é compreensível que os grandes empresários sejam menos acessíveis e, portanto, mais difíceis de se contactar e obter respostas para a pesquisa. Sendo assim, esta acaba sendo uma fragilidade das pesquisas de opinião com o empresariado, a qual dificilmente pode ser contornada por completo. Em todo caso, cabe frisar

Valores democráticos no empresariado brasileiro



que, com exceção deste aspecto, a amostra por nós obtida é bastante ampla, tendo preenchido satisfatoriamente as demais cotas e alcançado um total de 417 empresários brasileiros, sendo que o número previsto pelas cotas seria de apenas 400 empresários. Desse modo, avaliamos que a amostra obtida é robusta, bem como seus resultados refletem adequadamente algumas das principais tendências e características dos valores e cultura política no meio empresarial, embora não sejam propriamente representativos do empresariado nacional como um todo.

Tabela 1 – Distribuição amostral das entrevistas por segmento

Região	Planejado	Realizado
Sudeste	200	201
Sul	80	85
Nordeste	70	72
Centro-Oeste + Norte	50	59
Setor	Planejado	Realizado
Serviço	200	209
Comércio	150	149
Indústria	50	59
Tamanho	Planejado	Realizado
Pequena	300	309
Média	60	89
Grande	40	19
Total	400	417

Valores democráticos no empresariado brasileiro



Principais resultados

Começando a análise dos resultados pela variável de interesse por política, observamos no Gráfico 2 que, no agregado, a nossa amostra empresarial apresenta taxa de interesse razoavelmente alta (63,7% alegando ter muito interesse por política), especialmente quando comparada com o interesse da população em geral (segundo dados do WVS referentes ao período 2017-2020, 39,4% dos brasileiros diziam se interessar bastante ou muito por política¹). Todavia, algumas variáveis sociodemográficas parecem atuar como condicionantes de tal interesse, tais como escolaridade, idade e sexo.

Empresários mais escolarizados demonstram interesse substancialmente maior por política em comparação aos menos escolarizados (72,7% com muito interesse entre os que têm pós-graduação ou acima, ante 59,8% entre os que têm até o ensino superior incompleto). Tal evidência é congruente

com a clássica hipótese sobre a importância dos recursos materiais e cognitivos para explicar o engajamento político (Verba, Schlozman e Brady, 1995). O crescimento do interesse também se dá paralelamente ao aumento da idade dos empresários, de modo que os mais idosos são consideravelmente mais interessados do que os mais jovens (63,8% entre idosos, contra 48% entre

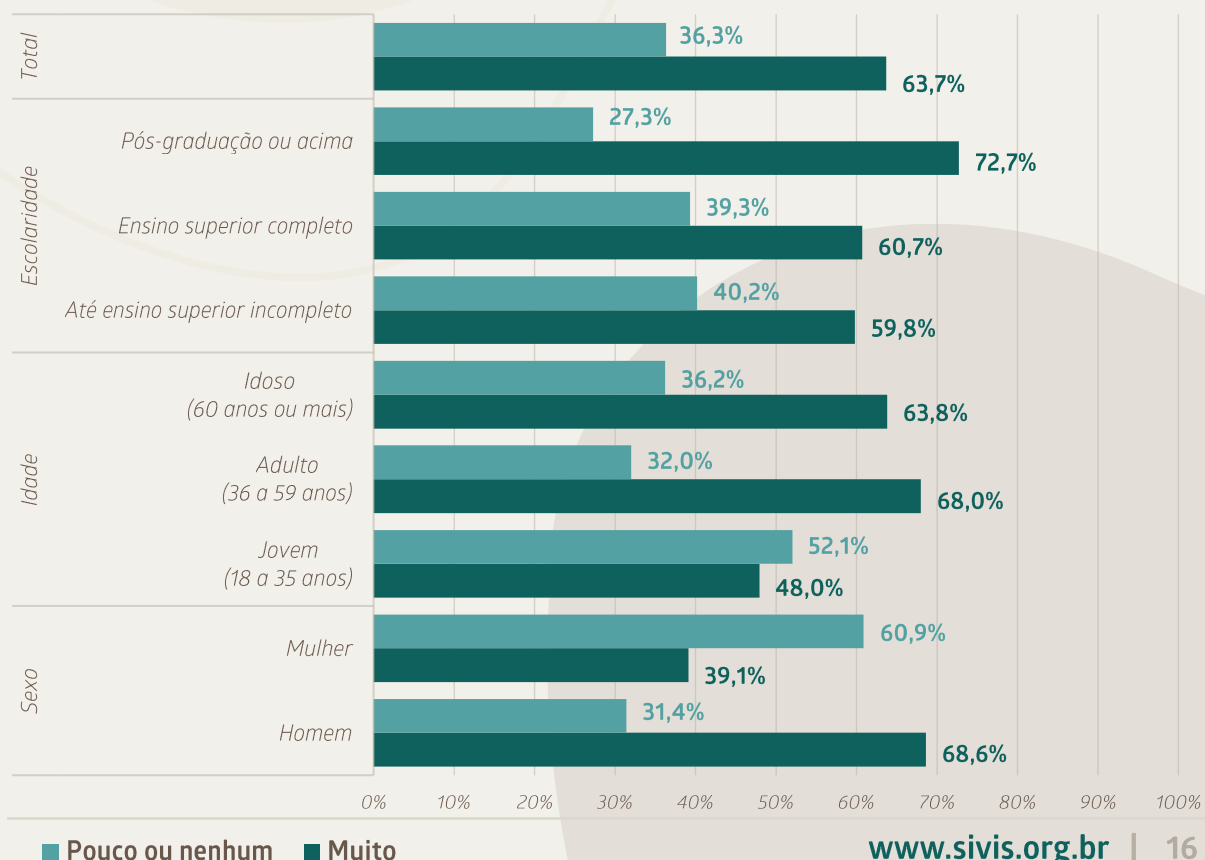
“[...] as desigualdades estruturais (inclusive as de gênero) contribuem para que segmentos importantes da sociedade (como as mulheres) se sintam desinteressados pela política e se distanciem do debate público.”

¹Cf.: <https://www.worldvaluessurvey.org/WVSCContents.jsp>

Valores democráticos no empresariado brasileiro

ovens). Neste caso, vale recordar a hipótese postulando a importância dos processos de socialização política para o engajamento cívico, algo que, naturalmente, indivíduos mais velhos possuem em maior grau (Fuks, Paulino e Casalecchi, 2018). Por fim, também a variável de sexo se mostrou relevante, sendo que empresários homens possuem muito mais interesse por política do que as empresárias (68,6% contra 39,1%). Aqui é necessário lembrar a literatura que discute desigualdades na política, a qual explica com bastante clareza como as desigualdades estruturais (inclusive as de gênero) contribuem para que segmentos importantes da sociedade (como as mulheres) se sintam desinteressados pela política e se distanciem do debate público (Miguel e Biroli, 2014).

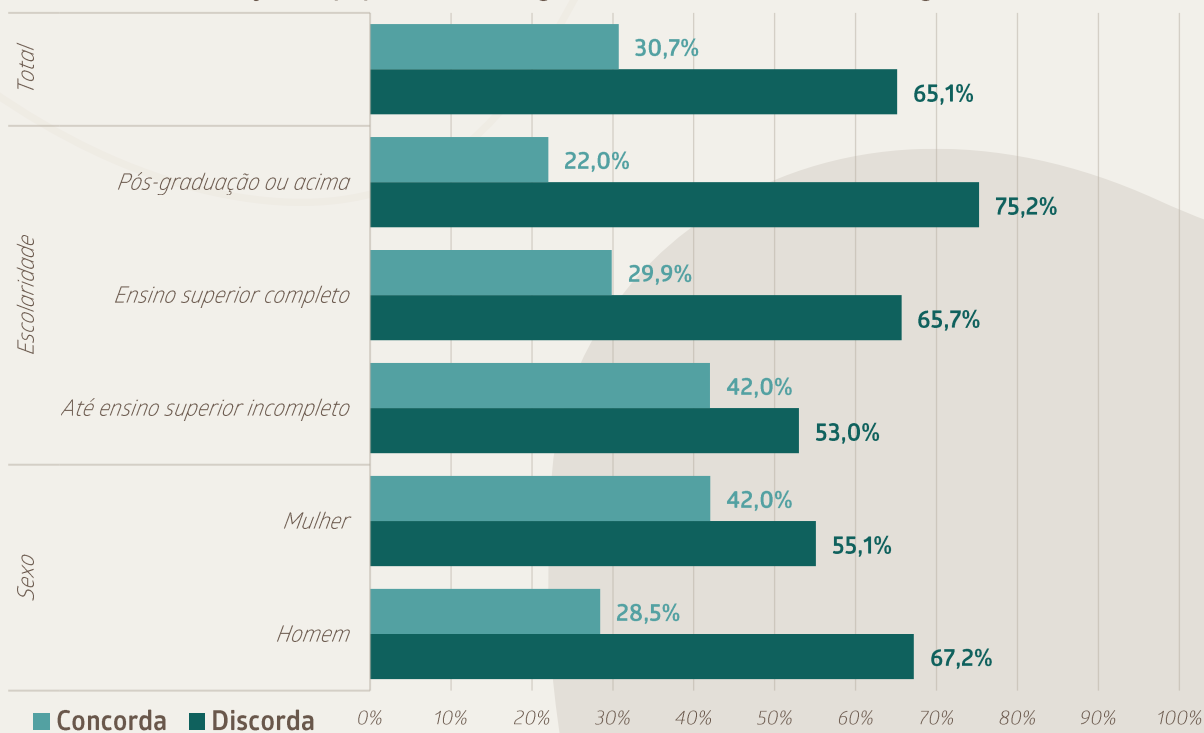
Gráfico 2: Interesse por política segundo características sociodemográficas selecionadas



Valores democráticos no empresariado brasileiro

Passando agora para a variável sobre relativização do papel da mídia, foi perguntado em que medida os empresários concordam que “Em tempos difíceis, a mídia não deveria divulgar notícias que prejudiquem o governo ou os políticos que estiverem tentando melhorar a situação do país, mesmo que tais notícias sejam verdadeiras”. O Gráfico 3 revela que, no agregado, a maioria dos empresários (65,1%) discorda (em parte ou totalmente) de tal relativização. Contudo, essa rejeição se mostra mais forte dentro de alguns segmentos sociodemográficos, tais como os empresários mais escolarizados (75,2% entre os que possuem pós-graduação ou acima) e os homens (67,2% entre os empresários do sexo masculino). Em contrapartida, os segmentos que mais aceitam relativizar o papel da mídia são os de empresários menos escolarizados (42% concordando totalmente ou em parte com tal relativização) e as mulheres (42% das empresárias).

Gráfico 3: Relativização do papel da mídia segundo características sociodemográficas selecionadas



Valores democráticos no empresariado brasileiro



Voltando o olhar agora para variáveis de eficácia cidadã, isto é, questões relativas à capacidade e à realização plena da cidadania, analisamos a concordância dos empresários em relação a três aspectos: Responsabilidade Cidadã, Autoeficácia Externa e Autoeficácia Interna. Primeiramente, referindo-se à responsabilidade cidadã, perguntamos em que medida os empresários concordam que eles também são responsáveis por trabalhar pela solução dos problemas sociais existentes no nosso país. O Gráfico 4 demonstra que tal noção de responsabilidade social corporativa é bastante alta no agregado do empresariado capturado pela nossa amostra (81,5% que concordam totalmente ou em parte), mas é bem mais arraigada nos grandes empresários (94,7%), o que faz sentido tendo em vista o papel das grandes empresas na estruturação da economia e da sociedade como um todo.

Em segundo lugar, em se tratando da autoeficácia externa, questionamos

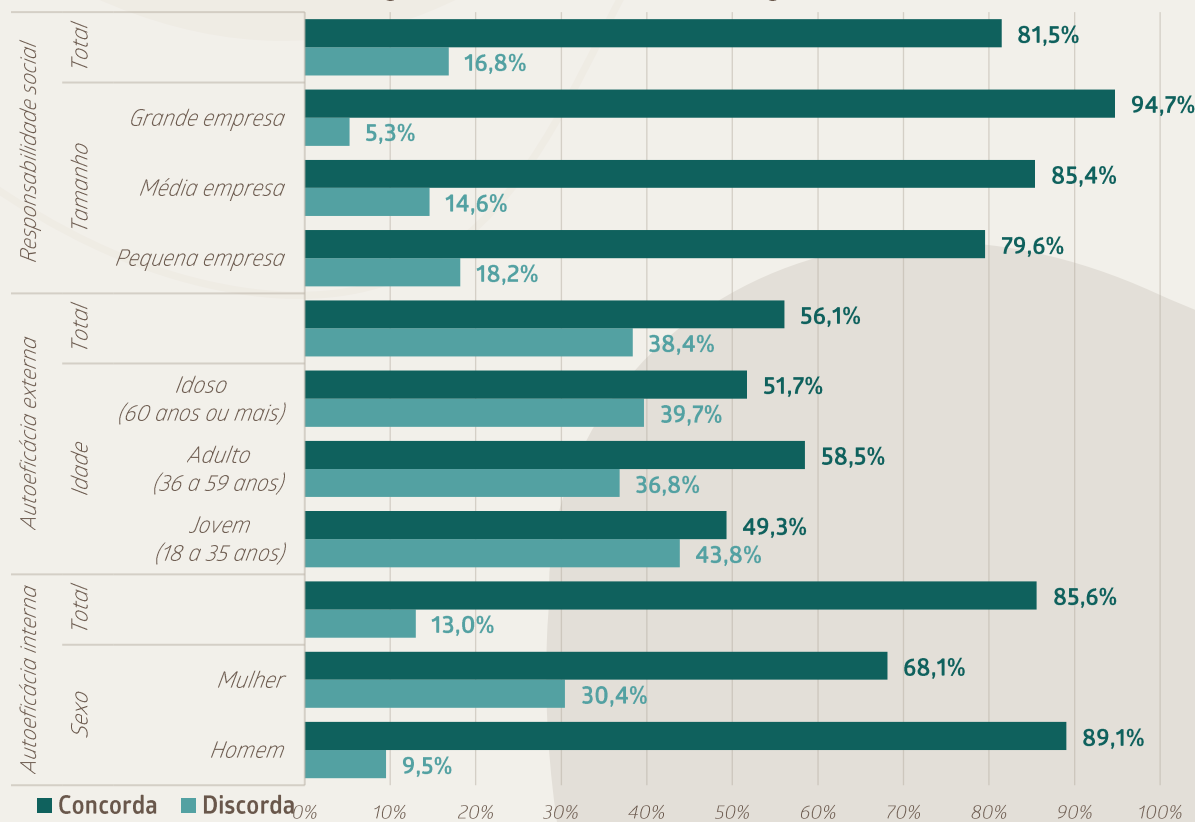
sobre em que medida os empresários concordam que os governantes se interessam pelo que pessoas como eles pensam. Mais uma vez, a taxa agregada de concordância se mostrou relativamente alta (56,1% que concordam totalmente ou em parte), porém, quando desagregamos o resultado por faixa etária, vemos que empresários adultos se sentem bem mais contemplados pelo interesse governamental do que os jovens empresários (58,5% contra 49,3%). Cabe também realçar que um nítido contraste pode ser percebido entre os níveis de autoeficácia externa do empresariado e aqueles observados em pesquisas de opinião pública, como o *Latin American Public Opinion Project* (LAPOP)², que em 2018 registrou apenas 11,7% de brasileiros que concordam muito que o governo se interessa pelo que eles pensam. Assim, vemos o abismo que separa a voz política do empresariado e a do cidadão comum.

²Cf.: <https://www.vanderbilt.edu/lapop/>

Valores democráticos no empresariado brasileiro

Finalmente, no que se refere à autoeficácia interna, indagamos em que medida os empresários concordam que entendem bem os assuntos políticos mais importantes do país. O Gráfico 4 revela que o nível agregado observado foi bastante alto (85,6% que concordam totalmente ou em parte), mas a variável de sexo revela uma discrepância marcante entre homens e mulheres (89,1% dos empresários homens possuem alta autoeficácia interna, ante 68,1% das empresárias), descortinando, mais uma vez, a mácula da desigualdade de gênero na política. Também aqui o contraste com as pesquisas de opinião pública é notável, sendo que o LAPOP registrou em 2018 apenas 11,2% de brasileiros que concordam muito com a percepção de que entendem bem os principais assuntos políticos da nação.

Gráfico 4: Autoeficácia cidadã segundo características sociodemográficas selecionadas



Valores democráticos no empresariado brasileiro

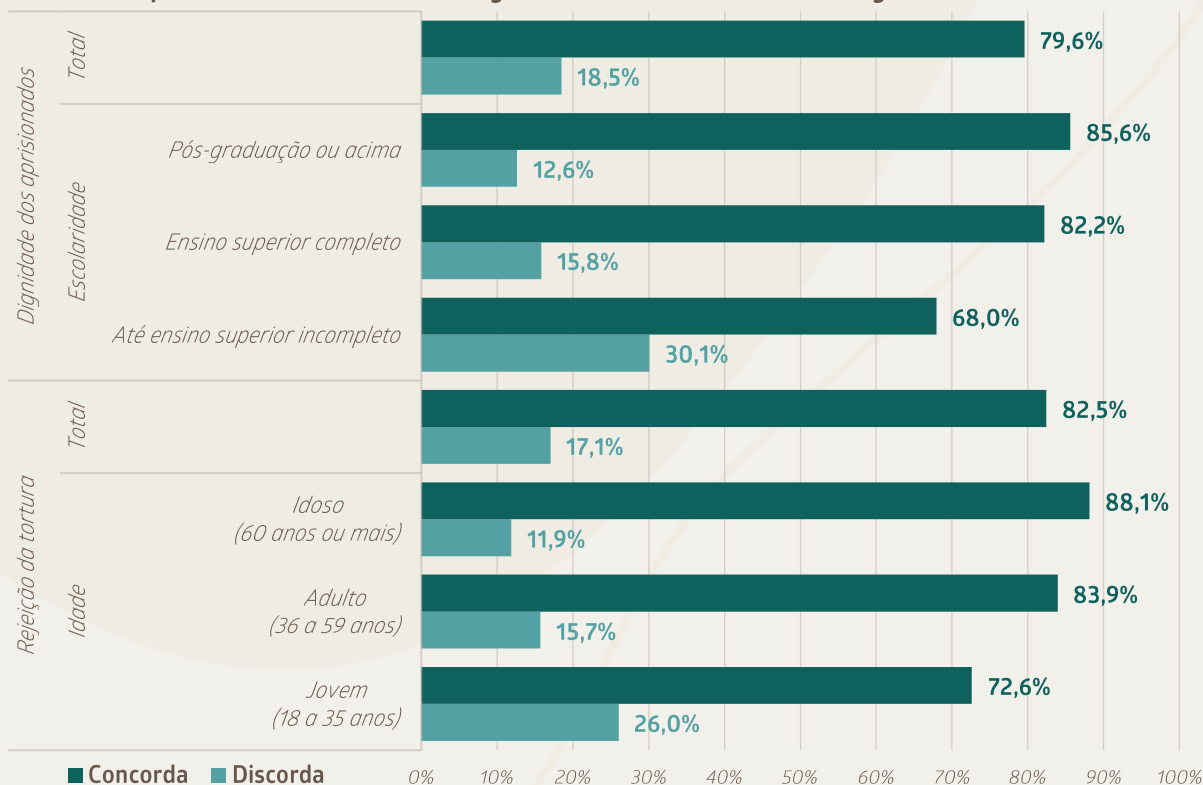


Considerando agora algumas variáveis sobre apoio aos direitos humanos, averiguamos a concordância do empresariado em relação à dignidade dos aprisionados e à rejeição da tortura. Primeiramente, questionamos sobre o grau de concordância com a noção de que pessoas aprisionadas são também merecedoras de respeito e dignidade. A amostra no geral apresentou altos níveis de adesão a tal direito humano básico (79,6% que concordam totalmente ou em parte). Porém, quando desagregamos esse dado por escolaridade, verificamos que empresários com pós-graduação ou acima são bem mais propensos a reconhecer a dignidade dos aprisionados do que empresários com até ensino superior incompleto (85,6% contra 68%), demonstrando a importância da educação e de recursos cognitivos mais sofisticados para a defesa de valores democráticos. Em segundo lugar, perguntamos em que medida os empresários concordam que ninguém deve ser sujeito à tortura, independen-

temente das circunstâncias. No agregado, 82,5% da amostra concordou (totalmente ou em parte) com tal ideia, revelando um alto grau de adesão a tal direito humano básico. No entanto, ao desagregarmos o dado por faixa etária, observamos que os empresários mais velhos são razoavelmente mais propensos a rejeitar a tortura do que os mais jovens (88,1% contra 72,6%), o que pode ser, novamente, um efeito dos processos de socialização política, sobretudo tendo em vista a memória do período da ditadura militar que os mais idosos ainda possuem.

Valores democráticos no empresariado brasileiro

Gráfico 5: Apoio aos direitos humanos segundo características sociodemográficas selecionadas



Passando para as variáveis sobre diálogo e tolerância política, verificamos junto aos empresários os seus graus em três aspectos: Abertura à Persuasão, Abertura ao Contraditório e Cultura de Diálogo. O Gráfico 6 mostra que, em se tratando de abertura à persuasão, 74,1% dos empresários da nossa amostra apresentam um alto grau, isto é, estão dispostos ou muito dispostos a mudar de opinião quando confrontados com argumentos convincentes em um debate com adversários políticos. Trata-se de uma cifra bastante alta, que contrasta com resultados observados em populações mais amplas (dados do Índice de Democracia Local (IDL) de São Paulo em 2019 mostram que apenas 44,6% dos cidadãos paulistanos se dispostos a mudar de opinião diante de argumentos convincentes³). Entretanto, quando desagregamos por sexo, vemos que os empresários homens se mostram mais abertos à persuasão do

³Cf.: <https://sivis.org.br/idlsp/>

Valores democráticos no empresariado brasileiro



que as empresárias mulheres (76,2% contra 63,8%).

Também no que se refere à abertura ao contraditório, isto é, à aceitação de que indivíduos possuam e expressem opiniões políticas e morais opostas às dos empresários, a porcentagem da amostra que apresenta um alto grau (considera aceitável ou muito aceitável a existência da divergência política) se mostrou bastante elevada (83,7%), também contrastando com levantamento em populações mais amplas (dados do IDL-SP encontraram 49,7% de cidadãos paulistanos abertos ao contraditório em 2019). A partir de uma desagregação por faixa etária, vemos que os empresários mais velhos se mostram mais abertos ao contraditório do que os empresários mais jovens (86,7% contra 80,8%).

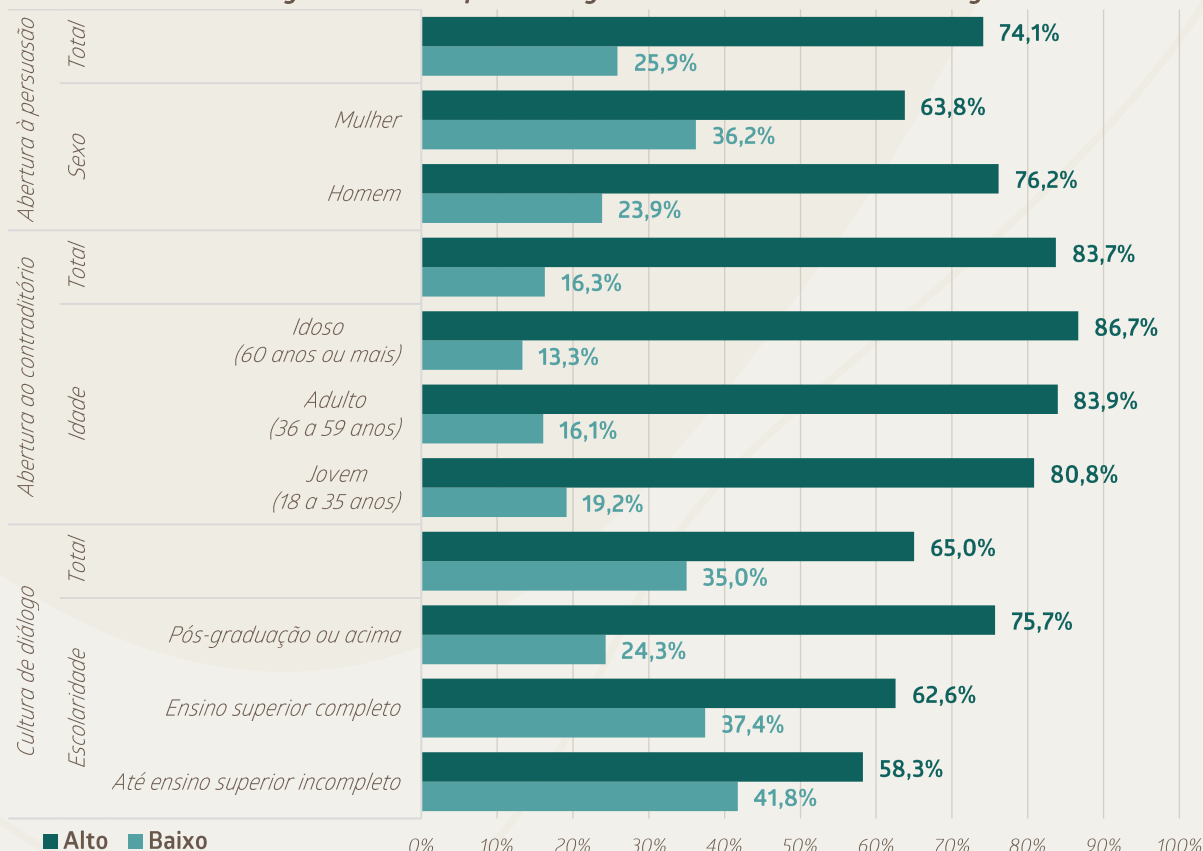
Finalmente, considerando a cultura de diálogo, isto é, a frequência com que os indivíduos dialogam com pessoas com opiniões políticas divergentes das suas, igualmente observamos uma pro-

porção razoavelmente alta de empresários com alto grau (que dialogam frequentemente ou sempre com o divergente), o que, mais uma vez, é incongruente com dados observados em uma população mais ampla (segundo o IDL-SP, apenas 40,3% dos paulistanos diziam dialogar frequentemente ou sempre com pessoas com as quais discordavam em 2019). Desagregando este dado por escolaridade, constatamos novamente que empresários mais escolarizados possuem a competência cívica do diálogo melhor desenvolvida do que empresários com menor escolaridade (75,7% entre os empresários com pós-graduação ou acima, ante 58,3% entre aqueles com até ensino superior incompleto).

Considerando agora uma variável referente à relativização do Estado de Direito, perguntamos aos empresários em que medida eles concordam que, para conseguir prender criminosos, há ocasiões em que as autoridades podem agir sem respeitar a lei.

Valores democráticos no empresariado brasileiro

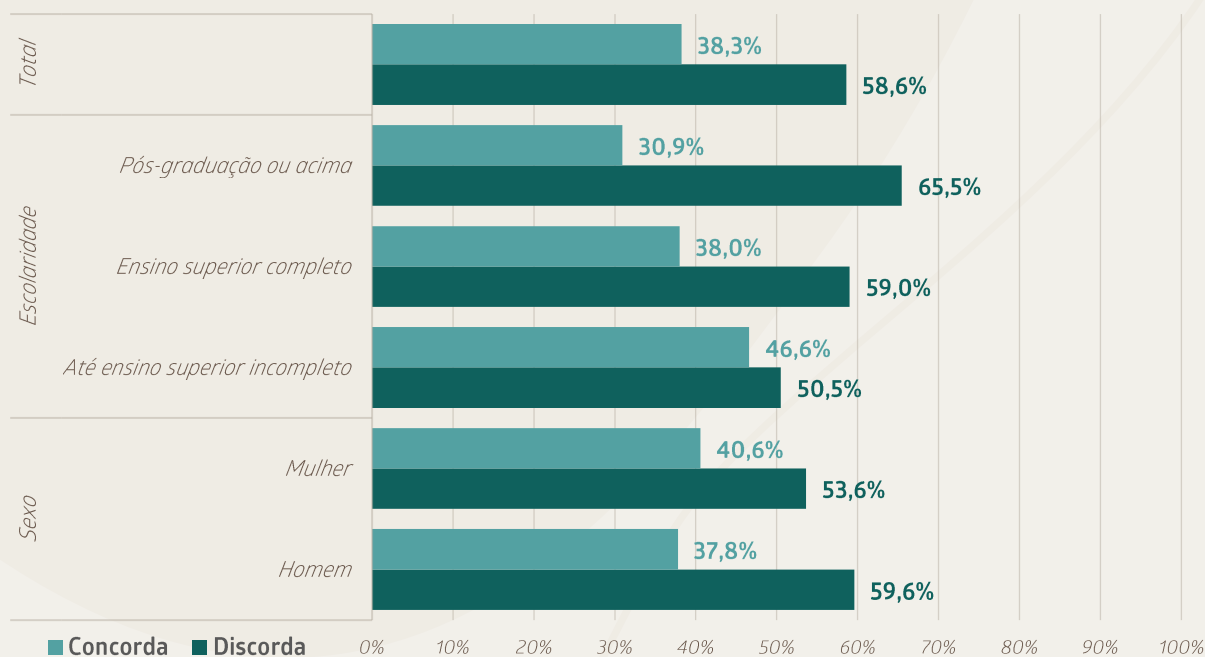
Gráfico 6: Grau de diálogo e tolerância política segundo características sociodemográficas selecionadas



No agregado, a taxa de discordância (total ou parcial) se mostrou relativamente alta (58,6%), mas, quando desagregamos o dado por algumas características sociodemográficas encontramos importantes nuances. Primeiramente, vemos que empresários com maior escolaridade tendem a rejeitar mais firmemente a relativização do Estado de Direito em comparação com aqueles de menor escolaridade (65,5% entre empresários com pós-graduação ou acima, ante 50,5% entre aqueles com até ensino superior incompleto). Há também uma certa discrepância entre homens e mulheres, sendo que os empresários do sexo masculino se mostram menos propensos a essa relativização do que as empresárias mulheres (59,6% de discordância entre os homens, ante 53,6% entre as mulheres).

Valores democráticos no empresariado brasileiro

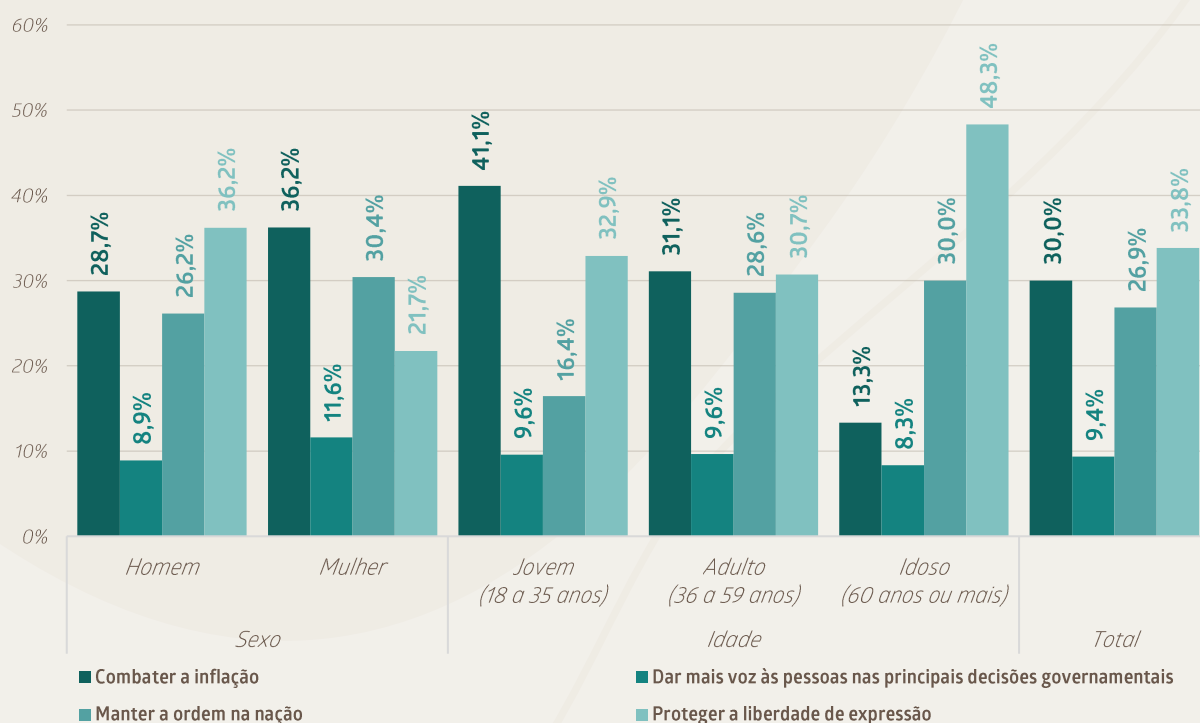
Gráfico 7: Relativização do Estado de Direito segundo características sociodemográficas selecionadas



No que se refere a uma visão de longo prazo, perguntamos aos empresários qual deveria ser, na opinião deles, a meta prioritária do país para os próximos dez anos, oferecendo quatro alternativas: Combater a inflação; Dar mais voz às pessoas nas principais decisões governamentais; Manter a ordem na nação; Proteger a liberdade de expressão. No agregado, a meta considerada a mais importante pela média de nossa amostra foi a de proteger a liberdade de expressão, com 33,8% dos empresários apontando-a como prioritária. Há novamente aqui um claro contraste com a opinião pública no geral, sendo que, segundo dados do WVS para o período 2017-2020, apenas 7,1% dos brasileiros apontaram a proteção da liberdade de expressão como meta prioritária da nação. Desagregando o dado por algumas características sociodemográficas, vemos que, entre os jovens empresários, a meta considerada mais importante é, na verdade, combater a inflação (41,1%), algo que também ocorre entre o segmento das empresárias mulheres (36,2%).

Valores democráticos no empresariado brasileiro

Gráfico 8: Meta prioritária do país para os próximos anos segundo características sociodemográficas selecionadas



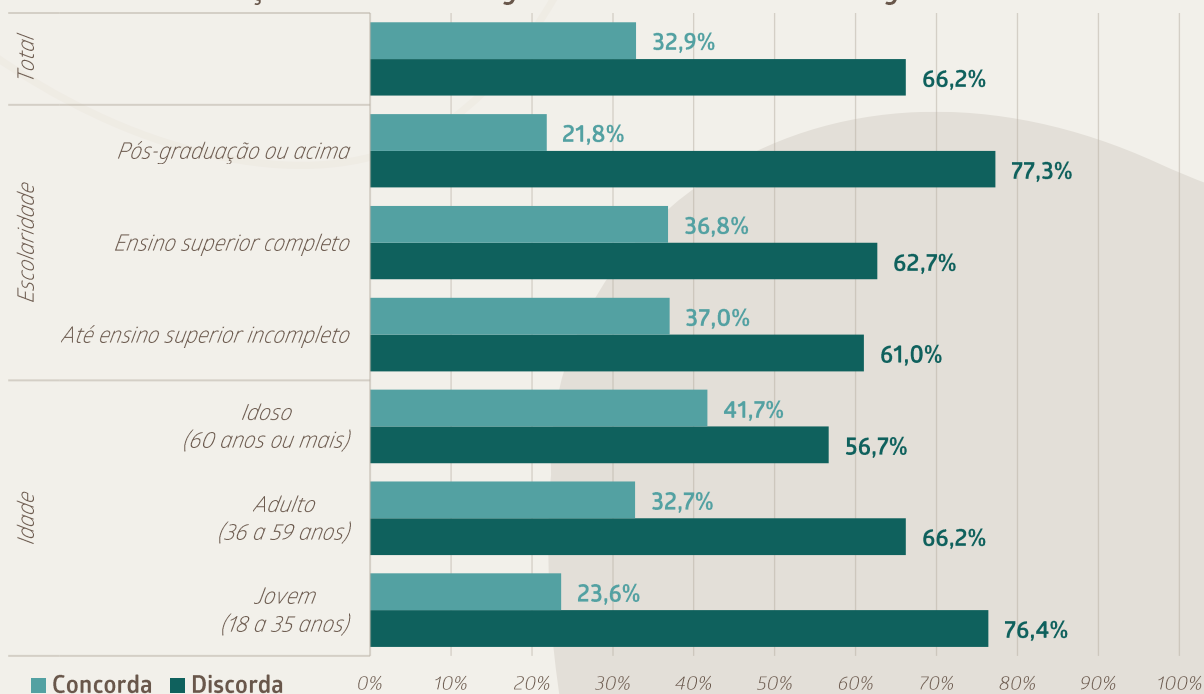
Em se tratando de apoio à democracia, apesar de a imensa maioria dos empresários concordarem que, embora tenha alguns problemas, a democracia é preferível a qualquer outra forma de governo (91,8% de concordância total ou parcial, sendo que, segundo dados do LAPOP para 2021, entre a população brasileira em geral apenas 33,2% concordam muito com essa ideia), quando olhamos para um dado específico sobre a propensão a relativizar o regime em situações críticas, o cenário é mais problemático. Indagamos em que medida os empresários concordam que, quando o país está enfrentando dificuldades, é justificável que o Presidente da República feche o Congresso e governe sozinho. Apesar de a maioria dos empresários da nossa amostra ainda discordarem (total ou parcialmente) de tal relativização (66,2%), ao desagregarmos o dado por algumas características sociodemográficas observamos importantes nuances.

Valores democráticos no empresariado brasileiro

Começando pela variável de escolaridade, o Gráfico 9 mostra que empresários altamente escolarizados são bem mais propensos a rejeitar a relativização da democracia do que aqueles com menor escolaridade (77,3% de discordância entre os empresários com pós-graduação ou acima, ante 61% entre aqueles com até ensino superior incompleto). Desagregando por faixa etária, também observamos uma clivagem entre jovens e idosos, sendo os primeiros mais contundentes na dis-

cordância com a relativização da democracia (76,4%) do que os segundos (56,7%), sugerindo que, embora tenham uma menor vivência de socialização política em comparação com os mais velhos, os jovens empresários defendem com mais afinco alguns princípios basilares da democracia.

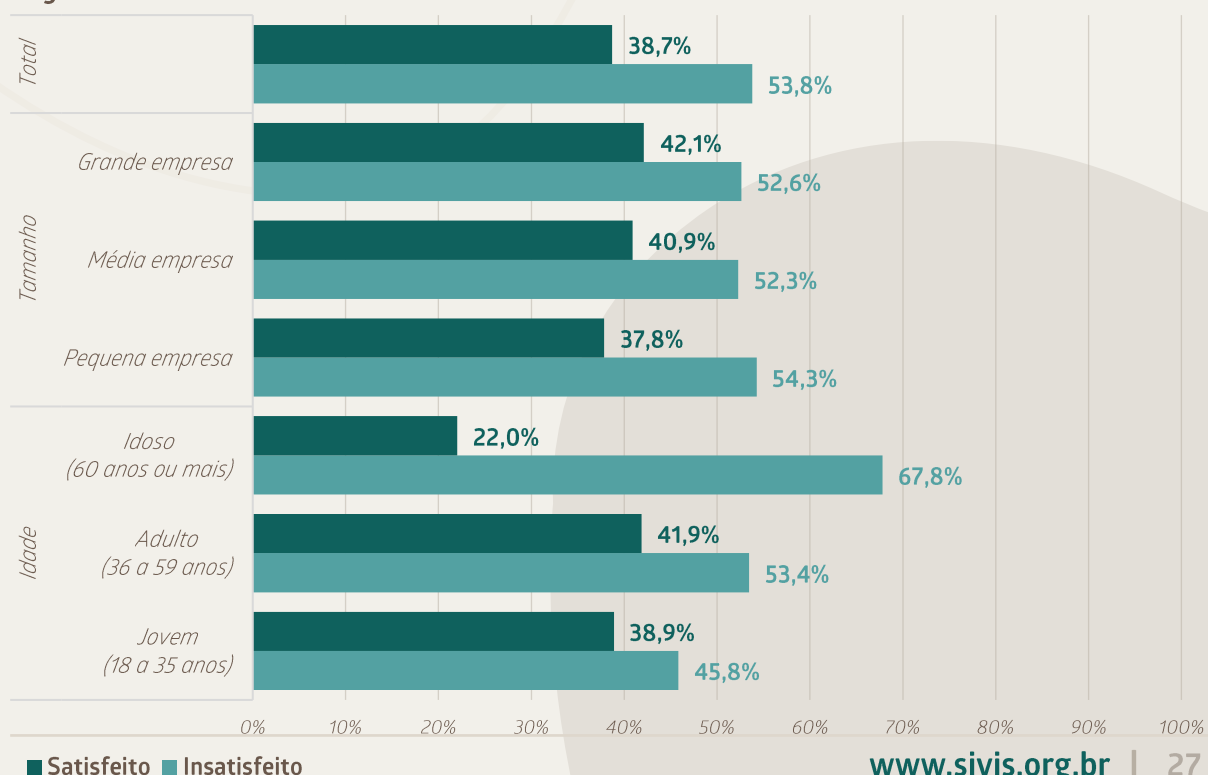
Gráfico 9: Relativização da democracia segundo características sociodemográficas selecionadas



Valores democráticos no empresariado brasileiro

Considerando a satisfação com o funcionamento da democracia no Brasil, o Gráfico 10 revela que a maioria dos empresários está insatisfeita (53,8% de insatisfeitos ou muito insatisfeitos), embora a desagregação sociodemográfica indique algumas variações. Primeiramente, em termos etários, os empresários mais velhos se mostram mais insatisfeitos do que os mais jovens (67,8% entre idosos, ante 45,8% entre jovens), o que, nesse caso, condiz com a menor inclinação dos jovens empresários em relativizar o regime observada na questão anterior. Em segundo lugar, os grandes empresários se mostram mais satisfeitos do que os pequenos empresários (42,1% contra 37,8%), indicando que a maior estabilidade e consolidação das grandes empresas pode contribuir para que seus empresários experimentem com menos intensidade as intempéries da nossa democracia, levando a um maior nível de satisfação relativa.

Gráfico 10: Satisfação com o funcionamento da democracia no país segundo características sociodemográficas selecionadas

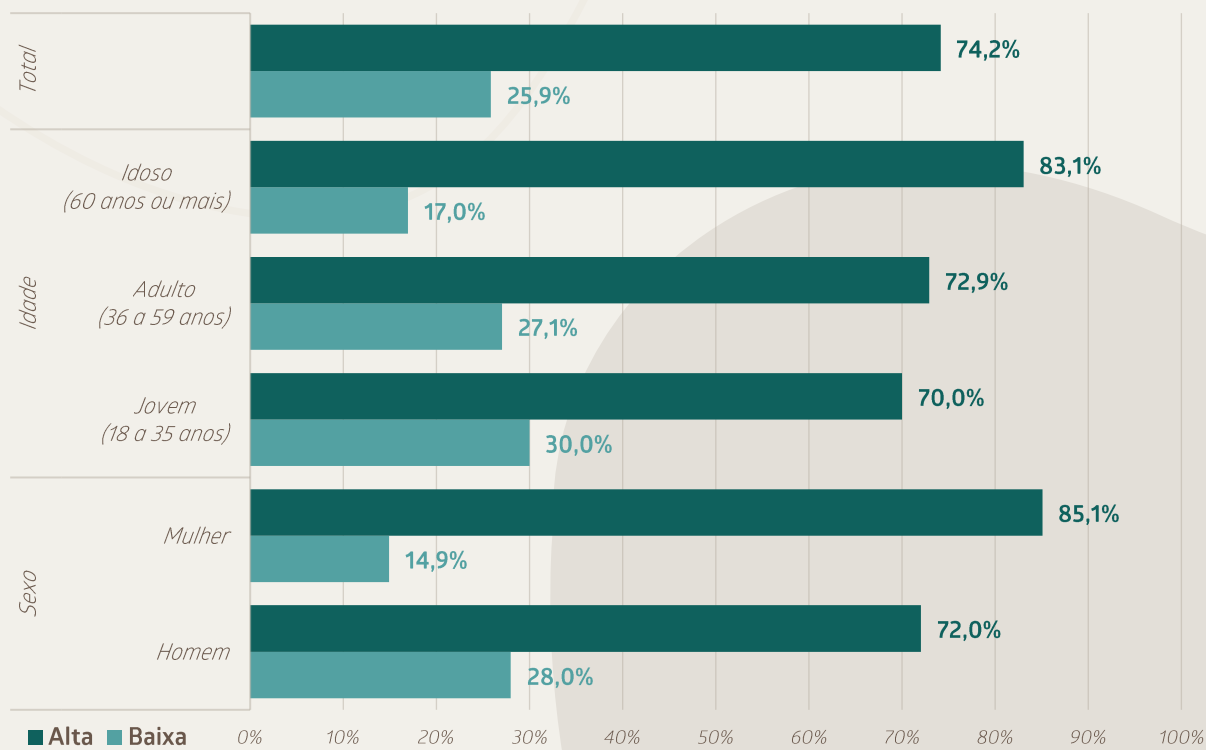


■ Satisfeito ■ Insatisfeito

Valores democráticos no empresariado brasileiro

Concluindo a pesquisa, também perguntamos sobre a importância para os empresários e suas empresas da discussão que tem ganhado força no mundo corporativo acerca de práticas de cunho ambiental, social e de governança. (ESG, na sigla em inglês – *Environmental, Social, and Corporate Governance*). O Gráfico 11 mostra que a grande maioria dos empresários considera o ESG de alta importância para suas empresas (74,2% alegando ser importante ou muito importante). Porém, nas desagregações sociodemográficas observamos marcantes oscilações. Em termos etários, os mais velhos se mostram mais adeptos ao ESG do que os mais jovens (83,1% dos idosos consideram de alta importância, contra 70% dos mais jovens). A variável de sexo, por sua vez, também se mostrou um fator relevante, sendo que as empresárias veem mais importância no ESG do que os empresários homens (85,1% contra 72%).

Gráfico 11: Importância do ESG para a empresa segundo características sociodemográficas selecionadas



Valores democráticos no empresariado brasileiro

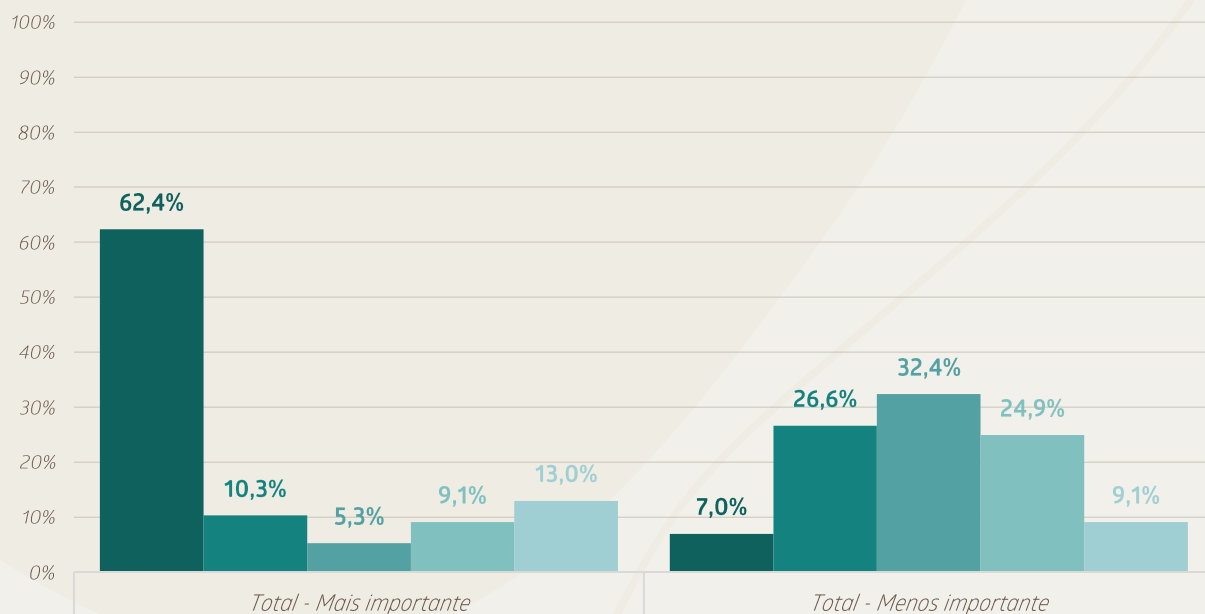


Por fim, indagamos qual o conjunto de práticas ESG mais importante na perspectiva dos empresários, oferecendo cinco alternativas: Compliance e práticas anticorrupção; Cultura organizacional pautada por confiança e colaboração; Diversidade e tolerância no ambiente de trabalho; Responsabilidade e relacionamento com a comunidade local; Sustentabilidade e proteção do meio ambiente. O Gráfico 12 mostra que, no agregado, os empresários atribuem maior importância ao compliance e às práticas anticorrupção na governança corporativa (62,4%). De fato, esse é, de longe, o conjunto de práticas ESG mais indicado como prioritário pela nossa amostra. No que se refere às práticas menos importantes, todavia, não houve uma grande convergência entre os empresários consultados. Se, por um lado, o conjunto de práticas ESG considerado o menos importante pelo agregado da nossa amostra é aquele referente à diversidade e tolerância no ambiente de trabalho (32,4%

dos empresários apontaram esse conjunto como o menos importante), por outro, cabe notar que tal conjunto é seguido de perto por cultura organizacional pautada por colaboração e confiança (26,6%) e por responsabilidade e relacionamento com a comunidade local (24,9%).

Valores democráticos no empresariado brasileiro

Gráfico 12: Práticas de ESG mais e menos importantes para a empresa



- Compliance e práticas anticorrupção
- Cultura organizacional pautada por confiança e colaboração
- Diversidade e tolerância no ambiente de trabalho
- Responsabilidade e relacionamento com a comunidade local
- Sustentabilidade e proteção do meio ambiente

Valores democráticos no empresariado brasileiro



Considerações finais

Este relatório teve como objetivo apresentar os principais resultados de uma pesquisa sobre valores democráticos no empresariado. Foram coletadas respostas de 417 empresários a partir de entrevistas telefônicas entre os meses de maio e julho de 2022. A amostra obtida é de natureza não-probabilística, e, portanto, não representa fidedignamente a opinião do empresariado nacional, embora tenhamos procurado aumentar sua precisão por meio de estratificação em cotas considerando as proporções de empresas no país em termos de setor, tamanho e região.

Nossos resultados fornecem um panorama acerca dos valores e atitudes políticas de parte do empresariado nacional. Pudemos constatar que, de fato, os empresários possuem competências cívicas consideravelmente mais desenvolvidas do que a população em geral, tais como maior interesse por política, autoeficácia cidadã e tolerân-

cia e disposição ao diálogo, e apoio à democracia. Porém, a partir de desagregações sociodemográficas, conseguimos notar algumas nuances que merecem atenção. Em primeiro lugar, a variável de escolaridade mostrou-se fundamental para condicionar maiores níveis de valores e atitudes democráticas, revelando que também é válida no meio empresarial a hipótese de que recursos cognitivos mais sofisticados aprofundam o compromisso democrático. Ademais, também observamos que as empresárias mulheres, em alguns momentos, apresentaram competências cívicas menos desenvolvidas do que os homens, sugerindo que as desigualdades estruturais de gênero em termos políticos também se fazem sentir no mundo corporativo. Por fim,

“[...]os empresários possuem competências cívicas consideravelmente mais desenvolvidas do que a população em geral.”

Valores democráticos no empresariado brasileiro



foi também constatado que, embora os empresários mais velhos se beneficiem de uma socialização política mais longa conducente a certas habilidades cívicas, são os empresários mais jovens que demonstram maior apreço e compromisso com princípios democráticos que afastam a possibilidade de relativização do regime.

Também são dignas de nota as prioridades do empresariado observadas em nossa pesquisa. Como meta para o país no longo prazo, a maioria dos empresários apontou a proteção da liberdade de expressão, a qual, de fato, tem ganhado importância junto à opinião pública devido a crescentes incidentes de intolerância e cancelamentos. A princípio, seria de se esperar que os empresários estivessem mais preocupados com metas pragmáticas, tais como o combate à inflação ou a manutenção da ordem, mas, como vimos, o valor pós-materialista da liberdade de expressão parece estar se tornando algo caro aos membros dessa classe

social. Ademais, o conjunto de práticas ESG priorizado também chama a atenção, pois, diferentemente do que se vê no debate público, com constante enfoque em questões ambientais e inclusivas quando se fala em ESG, o que nossa pesquisa revelou é um empresariado mais comprometido com a melhoria da governança corporativa por meio de processos de compliance e práticas anticorrupção.

Em conclusão, nossa pesquisa foi capaz de apontar relevantes *insights* e desvelar características sociopolíticas centrais de uma amostra ampla do empresariado brasileiro. Evidentemente, pesquisas futuras com amostras probabilísticas mais robustas poderão aprofundar nossos achados, suprimindo eventuais lacunas deixadas pela operacionalização do nosso estudo. Outro frutífero caminho de pesquisa seria mobilizar metodologias qualitativas para investigar os valores democráticos do empresariado, tais como grupos focais ou entrevistas em profundidade.

Valores democráticos no empresariado brasileiro



De todo modo, julgamos que com os achados aqui apresentados já damos um importante primeiro passo para compreender o possível papel da elite empresarial na manutenção da democracia brasileira.

Valores democráticos no empresariado brasileiro



Referências bibliográficas

- ALMOND, G. A.; VERBA, S. **The Civic Culture: Political Attitudes and Democracy in Five Nations**. 3rd. ed. Newbury Park, United States: SAGE Publications, 1989.
- CARAYANNIS, E. G.; CAMPBELL, D. F. Developed democracies versus emerging autocracies: arts, democracy, and innovation in Quadruple Helix innovation systems. **Journal of Innovation and Entrepreneurship**, v. 3, n. 1, p. 1–23, 2014.
- DAHL, R. **Poliarquia: participação e oposição**. São Paulo, Brasil: EDUSP, 1997.
- DIAMOND, L.; LINZ, J. Introduction: Politics, Democracy and Society in Latin America. In: DIAMOND, L.; LINZ, J.; LIPSET, S. (Eds.). **Democracy in Developing Countries: Latin America**. Boulder, USA: Lynne Rienner, 1989. p. 515.
- FUKS, M.; PAULINO, R. O.; CASALECCHI, G. A. Socialization and Political Regimes: the Impact of Generation on Support for Democracy in Latin America. **Brazilian Political Science Review**, v. 12, n. 1, p. 1–22, 2018.
- GEDDES, B. What do we know about democratization after twenty years? **Annual Review of Political Science**, v. 2, n. 1991, p. 115–144, 1999.
- INGLEHART, R. The Renaissance of Political Culture. **American Political Science Review**, v. 82, n. 4, p. 1203–1230, 1988.
- KNUTSEN, C. H. Why Democracies Outgrow Autocracies in the Long Run: Civil Liberties, Information Flows and Technological Change. **Kyklos**, v. 68, n. 3, p. 357–384, 2015.
- _____. A business case for democracy: regime type, growth, and growth volatility. **Democratization**, v. 28, n. 8, p. 1505–1524, 2021.
- MIGUEL, L. F.; BIROLI, F. **Feminismo e Política**. São Paulo: Boitempo, 2014.
- MOISÉS, J. Á. **Democracia e Confiança: Por que os cidadãos desconfiam das instituições públicas**. São Paulo: Edusp, 2010.

Valores democráticos no empresariado brasileiro



- PRZEWORSKI, A. Democracy as an equilibrium. **Public Choice**, v. 123, n. 3-4, p. 253-273, 2005.
- RENNÓ, L. Teoria da Cultura Política: Vícios e Virtudes. **Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais**, n. 45, p. 71-92, 1998.
- V-DEM. **Democracy Report 2022: Autocratization Changing Nature?** Gothenburg, Sweden: [s.n.].
- VERBA, S.; SCHLOZMAN, K. L.; BRADY, H. E. **Voice and Equality: Civic Voluntarism in American Politics**. [s.l.] Harvard University Press, 1995.



Fundação
Tide
Setubal

