

Borba protiv diskriminacije lezbejki, gej, bi, trans i interseks osoba

STANDARDI PONAŠANJA ZA PREDUZEĆA



UNITED NATIONS
HUMAN RIGHTS
OFFICE OF THE HIGH COMMISSIONER



Borba protiv diskriminacije lezbejki,
gej, bi, trans i interseks osoba
STANDARDI PONAŠANJA ZA PREDUZEĆA



UNITED NATIONS
HUMAN RIGHTS
OFFICE OF THE HIGH COMMISSIONER

Tim autora:

SALIL TRIPATI (SALIL TRIPATHI)

viši savetnik, globalna pitanja
Institut za ljudska prava i poslovanje

ČARLS REDKLIF (CHARLES RADCLIFFE)

šef za ravnopravnost i nediskriminaciju
Kancelarija visokog komesara za ljudska prava
(OHCHR) u Njujorku

FABRIS HUDAR (FABRICE HOUDART)

službenik za ljudska prava, OHCHR Njujork

SADRŽAJ

3

Rezime

8

Standardi
ponašanja

14

Osnova
dokumenta

32

Dodatak
/ Studije slučaja



„Ukoliko želimo da ostvarimo brži globalni napredak na ostvarenju ravnopravnosti za lezbejke, gej, bi, trans i interseks osobe, ne samo što će preduzeća morati da ispune svoje obaveze iz oblasti ljudskih prava, već će morati da postanu i aktivni nosioci promene.“

Zeid Ra'ad Al Husein
visoki komesar UN za ljudska prava

PORUKA OD VISOKOG KOMESARA

Vodeći principi UN o poslovanju i ljudskim pravima postavljaju jasne standarde poštovanja ljudskih prava privatnom sektoru. Globalni dogovor UN obezbeđuje platformu kompanijama za primenu ovih standarda i njihovo prenošenje u širu zajednicu.

Postojeći Standardi ponašanja zasnivaju se i na Vodećim principima UN i na Globalnom dogovoru UN i nude smernice za kompanije o načinu na koji mogu da ispune svoju odgovornost da poštuju prava svih – uključujući, u ovom slučaju, prava lezbejki, gej, bi, trans i interseks (LGBTI) osoba. Ostvarenje ovog cilja znači pravično postupanje prema LGBTI osobama na radnom mestu, kao i pregled poslovne prakse duž lanca snabdevanja da bi se osiguralo da se na diskriminaciju reaguje na svakom koraku. Međutim, Standardi ponašanja takođe idu korak dalje u odnosu na angažovanje privrede – jer ukazuju na mnogobrojne prilike koje kompanije imaju da doprinesu pozitivnoj društvenoj promeni na širem nivou u zajednicama u kojima posluju.

Prvobitna ideja za izradu ovih standarda nastala je tokom panel diskusije u kojoj sam učestvovao na godišnjem sastanku Svetskog ekonomskog foruma u Davosu 2016. godine. To je bila prekretnica za odavno očekivani razgovor između vodećih lidera iz poslovnog sveta i aktivista o praktičnim merama koje kompanije mogu i treba da preduzmu u borbi protiv diskriminacije LGBTI osoba – osim internih politika o diverzitetu i inkluziji koje već postoje u velikim korporacijama, iako su one od vitalnog značaja.

Tokom protekle godine, moja kancelarija je u saradnji sa Institutom za ljudska prava i poslovanje održala niz konsultativnih sastanaka širom regiona sa predstavnicima preduzeća i civilnog društva u Evropi, Aziji i Americi. Saslušali smo iskustva i ideje ljudi, a mnoge od njih su prikazane u radu koji se nalazi pred vama. Zahvalan sam svima koji su učestvovali i mnogim drugima koji su svoj doprinos ostvarili elektronskim putem.

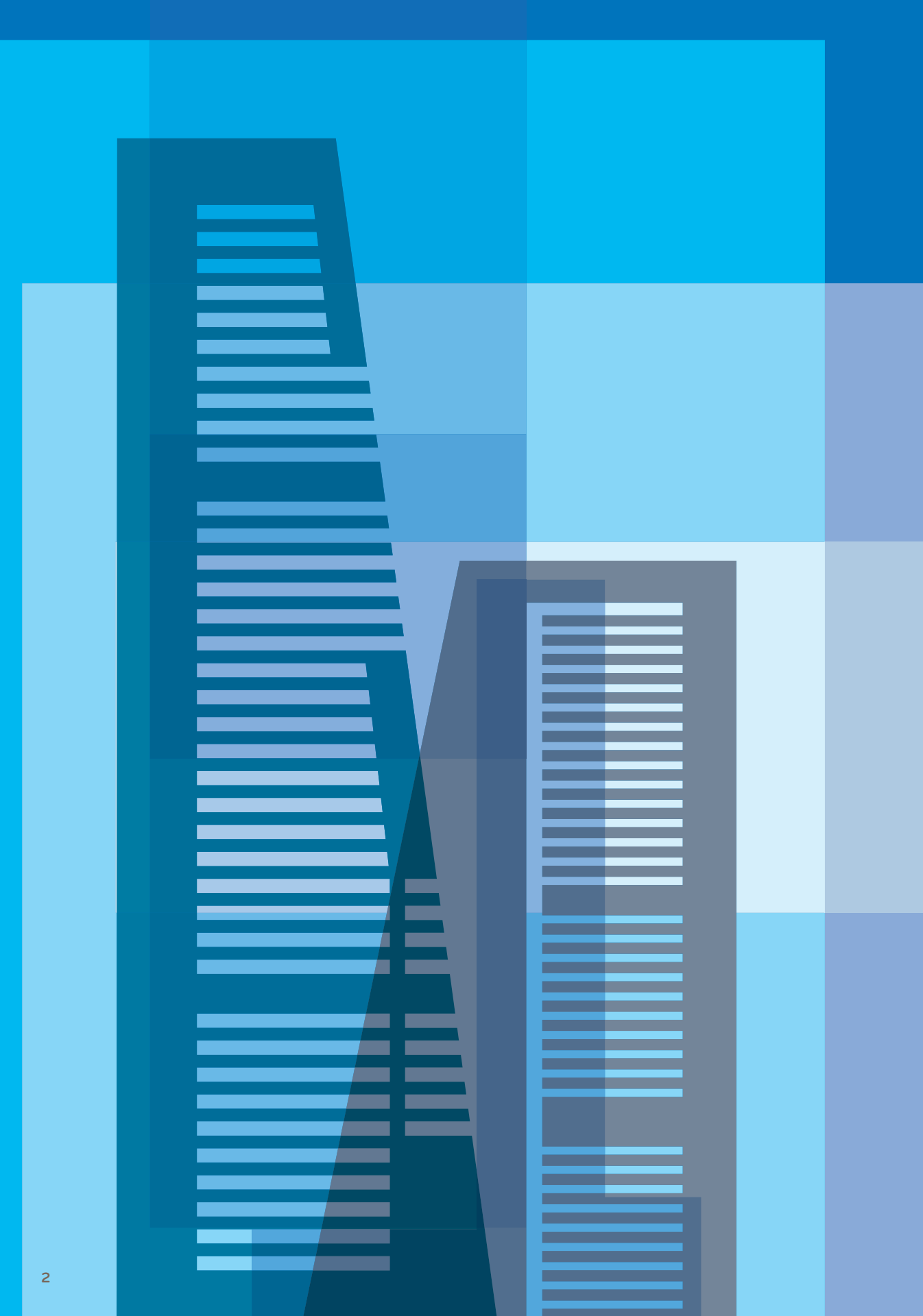
Uticaj poslovnog sektora može da ubrza tempo promene. Kompanije širom sveta – velike i male, lokalne i multinacionalne – imaju priliku da iskoriste svoj uticaj i svoje odnose sa brojnim lokalnim akterima i pomognu da se brojčanik okrene u pravcu veće ravnopravnosti za LGBTI osobe. Znamo iz iskustva da svaki put kad se diskriminacija smanji, svi od toga imaju koristi.

Ove Standarde ponašanja vidim kao korak napred u pomoći kompanijama da prevedu svoju posvećenost ljudskim pravima u praktično delovanje na terenu i potencijalno važnu priliku da se poveća uloga poslovnog sektora u borbi protiv diskriminatornih praksi u zemljama širom sveta.



Visoki komesar UN za ljudska prava
septembar 2017.

Standardi ponašanja idu korak dalje u odnosu na angažovanje privrede – ukazuju na brojne prilike koje kompanije imaju da prošire svoj doprinos pozitivnoj društvenoj promeni u zajednicama u kojima posluju.



REZIME

Tokom protekle decenije ostvaren je značajan napredak u mnogim delovima sveta u životima miliona lezbejki, gej, bi, trans i interseks (LGBTI) osoba koje su imale koristi od mnoštva zakonskih reformi a u nekim slučajevima i od promena društvenih stavova. Ali ovaj napredak je delimičan i neuravnotežen, te je u nekim zemljama došlo do ogromnih pomaka, u drugim zajednicama nije bilo napretka, a u nekima nije došlo čak ni do preokreta. Sedamdeset tri zemlje i dalje inkriminišu istopolne veze uz obostranu saglasnost partnera, dok veoma mali broj zemalja pravno prepoznaje identitet trans osoba, a tek nekolicina štiti prava interseks osoba. U većini zemalja, zaštita od diskriminacije na osnovu seksualne orijentacije i rodnog identiteta u najboljem slučaju je neadekvatna. Čak i u zemljama koje su učinile značajne korake, LGBTI osobe suočene su sa velikim preprekama, a istraživanja ukazuju da je veća verovatnoća u odnosu na opštu populaciju da će biti žrtve vršnjačkog nasilja u školi, nepravednog postupanja na poslu i da će im biti uskraćen pristup osnovnim uslugama.

Kompanije imaju odgovornost da poštuju međunarodne standarde u oblasti ljudskih prava, da osiguraju poštovanje ljudskih prava svih, uključujući i prava LGBTI osoba. To važi bez obzira na veličinu, strukturu, sektor odnosno lokaciju kompanije. Kompanije takođe imaju značajne mogućnosti da podstiču diverzitet i promovišu kulturu poštovanja i ravnopravnosti kako na radnom mestu tako i u zajednicama u kojima oni i njihovi poslovni partneri rade. Mnoge firme su shvatile da aktivna borba protiv diskriminacije i promocija diverziteta i inkluzije takođe donose ekonomsku korist – pomažući da se iskoriste novi talenti, unaprede odluke i izgradi lojalnost i kod potrošača i kod investitora.

Tokom 2000. godine, Ujedinjene nacije pokrenule su Globalni dogovor UN, najveću inicijativu za društveno odgovorno poslovanje na svetu, da bi ohrabrile kompanije da poštuju univerzalne principe i doprinesu održivoj i inkluzivnoj svetskoj ekonomiji. Deset godina kasnije, 2011. godine, Savet za ljudska prava UN podržao je Vodeće principe UN o poslovanju i ljudskim pravima, čime je potvrdio da svako preduzeće nosi odgovornost za poštovanje ljudskih prava i pozvao kompanije da izbegavaju kršenje ljudskih prava i umanje negativan uticaj na ljudska prava u koji su umešane. Tokom 2015. godine, države članice UN sporazumele su se oko skupa 17 ciljeva održivog razvoja (COR) sa obećanjem da „niko neće biti izostavljen“. Ostvarenje ovih ciljeva, koji obuhvataju borbu protiv društvene i ekonomske diskriminacije i marginalizacije, sada zavisi od kolektivnih nastojanja, ne samo vlada, već i civilnog društva i preduzeća.

mnogi tek pocinju da se bave ovim pitanjima, a akumulirano znanje i primeri dobre prakse i dalje su nedovoljni

Svest o ulozi koju kompanije mogu igrati u smanjenju diskriminacije i promovisanju diverziteta raste, a mnoge kompanije već su preduzele korake da sprovedu posvećenost inkluziji LGBTI osoba u delo.

Uprkos tome, mnogi tek pocinju da se bave ovim pitanjima, a akumulirano znanje i primeri dobre prakse i dalje su nedovoljni, posebno u okruženjima koja su neprijateljski nastrojena prema LGBTI osobama. Uopšteno gledano, pristup poslovnog sektora često je ad hok i nedosledan. Neke svetske kompanije uspešno promovišu ravnopravnost LGBTI osoba kod kuće, ali manje uspešno u inostranstvu. Druge eventualno pronalaze svoj glas u relativno podržavajućim okruženjima, ali ostaju neme u kontekstima u kojima je zaštita prava LGBTI osoba slaba ili nepostojeća. Neke kompanije imaju politike kojima štite lezbejke, gej i biseksualne osobe, ali ostaje da preduzmu mere da zaštite trans i interseks osobe.

Standardi ponašanja rezimirani u nastavku, a detaljnije predstavljeni u celom ovom radu, sadrže praktične smernice za kompanije o tome kako da poštuju i podržavaju prava LGBTI osoba na radnom mestu, tržištu i u zajednici.

Standarde je razvila Kancelarija Ujedinjenih nacija za ljudska prava u partnerstvu sa Institutom za ljudska prava i poslovanje, a zasnovani su na ishodu niza regionalnih konsultacija održanih 2016. i 2017. godine u Mumbaju, Njujorku, Kampali i Briselu. Standardi su osmišljeni tako da podrže kompanije da revidiraju postojeće politike i prakse i donesu nove, u cilju poštovanja i promovisanja ljudskih prava LGBTI osoba.

Standardi su zasnovani na postojećem međunarodnom pravu ljudskih prava i u skladu su sa Vodećim principima UN o poslovanju i ljudskih pravima.

Takođe imaju jaku empirijsku osnovu i zasnivaju se na brojnim primerima dobre prakse koje su odgovorna preduzeća već usvojila. Oni predstavljaju mere koje kompanije mogu i treba da preduzmu da usklade svoje politike i prakse sa postojećim standardima ljudskih prava. Oni prepoznaju potrebu za nijansiranim i diferenciranim pristupom zasnovanim na različitosti konteksta i pojedinaca koji čine LGBTI spektar. Konačno, oni su namenjeni da podrže interakcije za utvrđivanje prava između kompanija i širokog spektra aktera – od zaposlenih preko potrošača do sindikata – obzirom da ostvarivanje napretka u ovoj oblasti zahteva učešće svih aktera na svim nivoima.

Standardi su zasnovani na postojećem međunarodnom pravu ljudskih prava i u skladu su sa Vodećim principima UN o poslovanju i ljudskih pravima.

Pet standarda

U svakom trenutku

- 1 POŠTOVANJE LJUDSKIH PRAVA.** Sva preduzeća imaju odgovornost da poštuju ljudska prava – uključujući i prava LGBTI osoba – u svom radu i u poslovnim odnosima. Od preduzeća se očekuje da naprave politike, da sprovode detaljne provere, a u slučajevima kada njihove odluke ili aktivnosti negativno utiču na uživanje ljudskih prava, da isprave ovakav uticaj. Preduzeća takođe treba da uspostave mehanizme za praćenje i komunikaciju u odnosu na njihovo poštovanje standarda u oblasti ljudskih prava. Ukoliko su dokumentovani viši nivoi kršenja ljudskih prava u odnosu na LGBTI osobe, uključujući i u zemljama u kojima su zakoni i prakse diskriminatorni, kompanije će morati da primene obimniju detaljnu proveru da bi osigurale da poštuju prava LGBTI osoba.

Na radnom mestu

- 2 ELIMINISANJE DISKRIMINACIJE.** Zaposleni i druga lica sa kojima preduzeća sarađuju imaju pravo na zaštitu od diskriminacije. Preduzeća treba da osiguraju da nema diskriminacije prilikom angažovanja, zapošljavanja, u odnosu na uslove rada, povlastice, poštovanje privatnosti odnosno rešavanje uznemiravanja.
- 3 PRUŽANJE PODRŠKE.** LGBTI osobe su, između ostalog, zaposleni, rukovodioci, vlasnici preduzeća, potrošači i pripadnici zajednice, a mnogi se ipak suočavaju sa izuzetnim preprekama da budu prihvaćeni i uključeni na radnom mestu. Od preduzeća se očekuje da obezbede pozitivno, afirmativno okruženje u okviru svoje organizacije, tako da LGBTI zaposleni mogu da rade dostojanstveno i bez stigme. Ovaj standard zahteva od preduzeća da odu korak dalje od jednakih povlastica i preduzmu korake da osiguraju inkluziju, uključujući i odgovor na specifične potrebe LGBTI osoba na radnom mestu.

Na tržištu

- 4 SPREČAVANJE KRŠENJA OSTALIH LJUDSKIH PRAVA.** Preduzeća treba da osiguraju da ne diskriminišu LGBTI dobavljače ili distributere, odnosno LGBTI potrošače u pristupu proizvodima i/ili uslugama kompanije. U svojim poslovnim odnosima, preduzeća treba takođe da osiguraju da njihovi poslovni partneri ne diskriminišu. Ukoliko poslovni partner diskriminiše LGBTI osobe, preduzeća treba da iskoriste svoj uticaj i nastoje da spreče takav akt diskriminacije. To znači da učine korak dalje od izbegavanja diskriminacije i da reše pitanja koja se tiču nasilja, maltretiranja, uznemiravanja, zastrašivanja, lošeg postupanja, podstrekivanja na nasilje, odnosno drugih zloupotreba u odnosu na LGBTI osobe u koje kompanija može biti uključena kroz svoje proizvode, usluge ili poslovne odnose. Kompanije takođe treba da osiguraju pristup LGBTI potrošača svojim proizvodima i uslugama.

U zajednici

- 5 DELOVANJE U JAVNOJ SFERI.** Preduzeća se podstiču da iskoriste svoj uticaj i doprinesu prestanku kršenja ljudskih prava u zemljama u kojima rade. U tom poduhvatu treba da se konsultuju detaljno sa lokalnim zajednicama i organizacijama da bi identifikovala koje konstruktivne pristupe preduzeća mogu da preduzmu u kontekstu kada pravni okvir i postojeće prakse krše ljudska prava LGBTI osoba. Takvi koraci mogu da obuhvataju javno zastupanje, kolektivno delovanje, socijalni dijalog i podršku u robi i uslugama organizacijama koje unapređuju prava LGBTI osoba i dovođenje u pitanje validnosti odnosno primene diskriminatornih mera države. Kompanije treba da sprovedu ekstenzivnu i detaljnu proveru kako bi osigurale da poštuju prava LGBTI osoba tamo gde su zabeležena veća kršenja ljudskih prava, uključujući zemlje sa diskriminatornim zakonima i praksama.

Navedeni standardi imaju za cilj da pruže skup repera za procenu uloge preduzeća u borbi protiv diskriminacije i povezanih zloupotreba ljudskih prava koje utiču na LGBTI osobe i da podrže dobre prakse kompanija. Kancelarija Ujedinjenih nacija za ljudska prava ohrabruje kompanije da podržavaju, koriste i da se pozivaju na ove standarde i da promovišu njihovo korišćenje od strane drugih. Takođe podstiče civilno društvo i druge aktere da koriste standarde kao sredstvo za procenu i izveštavanje o posvećenosti, politikama i praksama kompanija u odnosu na poštovanje prava LGBTI osoba.

PET STANDARDA PONAŠANJA

U SVAKOM TRENUTKU

1. Poštovanje ljudskih prava

NA RADNOM MESTU

2. Eliminisanje diskriminacije

3. Pružanje podrške

NA TRŽIŠTU

4. Sprečavanje kršenja ostalih ljudskih prava

U ZAJEDNICI

5. Delovanje u javnoj sferi



**STANDARDI PONAŠANJA ZA
PREDUZEĆA ZA BORBU PROTIV
DISKRIMINACIJE LEZBEJKI, GEJ, BI,
TRANS I INTERSEKS OSOBA**



U svakom trenutku

1 POŠTOVANJE LJUDSKIH PRAVA

U skladu sa Vodećim principima UN o poslovanju i ljudskim pravima i kroz konsultacije sa radnicima i njihovim predstavnicima, kao i LGBTI organizacijama i drugim relevantnim akterima, kompanije treba da ustanove politike i procese koji odgovaraju njihovoj veličini i uslovima da bi osigurale da poštuju ljudska prava, uključujući i prava LGBTI osoba:

a Usvojena politika: Kompanije treba da razviju politike da bi ispunile svoju obavezu da poštuju ljudska prava, koje izričito uključuju prava LGBTI osoba.

b Detaljna provera: Kompanije treba da sprovedu detaljnu proveru da bi identifikovale, sprečile, ublažile i preuzele odgovornost za bilo kakav stvarni ili potencijalni negativni uticaj na uživanje ljudskih prava LGBTI osoba koji su uzrokovale ili kojemu su doprinele, odnosno koji je u direktnoj vezi sa njihovim radom, proizvodima i uslugama i poslovnim odnosima. Procena svakog takvog stvarnog ili potencijalnog negativnog uticaja treba da se sprovede kroz konsultacije sa relevantnim akterima u zemljama u kojima rade, uključujući u ovom slučaju LGBTI organizacije. Kompanije treba da snose odgovornost za način na koji rešavaju svaki identifikovani stvarni ili potencijalni negativni uticaj.

c Mehanizmi zaštite: Kompanije treba da nastoje da razreše svaki negativni uticaj na ljudska prava koji su eventualno uzrokovale ili kojem su doprinele, aktivnim uključivanjem u mehanizme zaštite, odnosno u saradnji sa drugim legitimnim procesima, uključujući uspostavljanje delotvornih žalbenih mehanizama na operativnom nivou namenjenih pojedincima odnosno zajednicama i učestvovanje u njima. Takvi mehanizmi treba da budu legitimni, pristupačni, predvidljivi, pravični, transparentni, kompatibilni pravima, da

omogućavaju kontinuirano učenje i da budu zasnovani na angažovanju i dijalogu. Oni ne treba da umanjuju značaj uloge legitimnih sindikata u razrešavanju sporova iz oblasti rada, niti da isključuju pristup pravosudnim odnosno drugim žalbenim mehanizmima. Kompanije treba da osiguraju da žalbeni mehanizmi rešavaju posebna pitanja koja se tiču LGBTI osoba. Suštinski element dobrog žalbenog mehanizma je zaštita uzbunjivača. Kompanije treba da koriste svoj uticaj i nastoje da promene diskriminatorne politike i prakse poslovnih partnera i dobavljača koji diskriminišu LGBTI osobe. Ukoliko takvi naponi ne ispunjavaju relevantne standarde, treba uzeti u obzir i proceniti uticaj prekidanja poslovnih odnosa sa takvim poslovnim partnerima odnosno dobavljačima, osim ukoliko to samo po sebi može dovesti do negativnog uticaja po ljudska prava.

Na radnom mestu

2 ELIMINISANJE DISKRIMINACIJE

Kompanije ne treba da diskriminišu pojedince odnosno grupe koje su potencijalni odnosno trenutno zaposleni na osnovu seksualne orijentacije, rodnog identiteta, rodnog izražavanja odnosno polnih karakteristika:

a Zapošljavanje: Kompanije treba da angažuju zaposlene i daju svakom pojedincu iste povlastice, platu, priliku za obuku ili unapređenje bez obzira na seksualnu orijentaciju, rodni identitet, rodno izražavanje, odnosno polne karakteristike osobe, što uključuje navođenje nediskriminacije po tim osnovama u objavama konkursa ukoliko je to u skladu sa zakonom. Kompanije treba da preduzmu korake da bi osigurale da se LGBTI zaposleni osećaju u potpunosti uključeni u radnu snagu i izbegavaju da ih prisiljavaju da otkriju odnosno prikuju svoj identitet/status unutar radne snage.⁽¹⁾ U ovom pogledu, najznačajnija je uloga najviših i srednjih rukovodilaca koji osiguravaju delotvorno poštovanje pravičnih praksi angažovanja.

b Uznemiravanje i diskriminacija:*

Kompanije treba da preduzmu aktivne korake da spreče, štite od diskriminacije i eliminišu diskriminaciju, uznemiravanje (unutar ili izvan kompanije) i nasilje usmereno protiv LGBTI osoba. Kompanije treba da ponude postupak za podnošenje prijave da bi sprečile i odgovorile na uznemiravanje i diskriminaciju na radnom mestu a istovremeno zaštitile one koji prijavljuju takvu vrstu zloupotrebe od odmazde. Kompanije treba da preduzmu korake da zaštite LGBTI zaposlene od uznemiravanja izvan kompanije, tako što će identifikovati i rešiti sigurnosna pitanja kroz konsultacije sa zaposlenima, uključujući i sigurnost zaposlenih na putu do i od posla i na poslovnim putovanjima.

c Svest o diverzitetu: Kompanije treba da obuče zaposlene, a posebno rukovodioce radi podizanja svesti o pitanjima vezanim za ljudska prava sa kojima se suočavaju LGBTI osobe i da osiguraju da su svesni svoje odgovornosti u okviru politike kompanije da poštuju i da se podržavaju prava LGBTI osoba, uključujući i kolege. Organizacije treba posebno da obezbede da politike i prakse relokacije svih zaposlenih (bez obzira na seksualnu orijentaciju, rodni identitet odnosno polne karakteristike) sadrže svesnost o eventualnim rizicima odnosno drugim pitanjima koja bi mogla umanjiti prava LGBTI osoba.

d Proširivanje povlastica: Kompanije treba da daju iste povlastice partnerima, supružnicima, deci odnosno drugim članovima porodice zaposlenih, bez obzira na seksualnu orijentaciju, rodni identitet i rodno izražavanje odnosno polne karakteristike.

e Poštovanje privatnosti: Kompanije treba da poštuju i podržavaju pravo na privatnost svih osoba, uključujući i da

čuvaju sve podatke koji se odnose na seksualnu orijentaciju, rodni identitet, rodno izražavanje odnosno polne karakteristike lica na poverljivom i bezbednom mestu, kao i da ne otkriju takve podatke trećim licima, uključujući organe, bez izričite dozvole osobe o kojoj se radi. Enkripcija podataka ključna je u ovom smislu.

U svojim nastojanjima da eliminišu diskriminaciju na radnom mestu, kompanije treba da osiguraju da odgovaraju na posebna prava trans i interseks osoba na poslu. Države i kompanije često zaostaju u odnosu na ove dve komponente u okviru LGBTI zajednice.

Kompanije treba da usvoje politike za inkluziju trans osoba, uključujući i prepoznavanje rodnog identiteta trans zaposlenih, potrošača i drugih aktera na osnovu toga kako se osoba sama deklarise, bez obzira na to šta se nalazi u zvaničnim dokumentima. To takođe uključuje uspostavljanje politika koje obavezuju zaposlene u kompaniji da poštuju ime, zamenice, izraze i rod koji dotična osoba koristi.

Kompanije treba da usvoje politike da podrže i zaštite prava trans zaposlenih koji su u tranziciji, uključujući i one koje se odnose na izmenu evidencije kompanije i da omoguće obuku i smernice rukovodiocima i kolegama u odnosu na rodni identitet i rodno izražavanje.

Kompanije treba da osiguraju da su operacija potvrđivanja pola i povezani tretman i podrška pokriveni politikama koje se odnose na zdravstveno osiguranje. Drugi značajni aspekti inkluzije trans osoba uključuju siguran i nediskriminatoran pristup trans osoba toaletima i drugim polno razdvojenim mestima, kao i nediskriminatorna pravila oblačenja.

Kompanije treba da donesu politike koje se odnose na poštovanje prava interseks osoba na

*Neki konkretni koraci koje kompanije mogu da razmotre obuhvataju: analizu izloženosti putovanjima, izradu politika o putovanju do i od posla, kao i edukovanje zaposlenih o sigurnosnim rizicima. U izuzetnim slučajevima, kompanije mogu da razmotre organizovanje pratnje za određene LGBTI zaposlene.

poslu, uključujući u odnosu na pristup ličnim uslugama i svlačionicama, pravila oblačenja, zdravstvenu zaštitu i medicinsku pomoć.

3 PRUŽANJE PODRŠKE

Pored politika za eliminaciju diskriminacije i kršenja ostalih ljudskih prava, kompanije treba da preduzmu proaktivne pozitivne mere i naprave pozitivno, afirmativno okruženje unutar svoje organizacije da bi LGBTI osobe mogle da rade dostojanstveno. Kompanije treba da podrže nastojanja LGBTI zaposlenih da oforme neformalne grupe zaposlenih i pruže im iste prilike za dodatne aktivnosti koje bi pružili bilo kojoj drugoj grupi. Politike koje podržavaju LGBTI osobe veoma su značajne, ali da bi bile delotvorne, da bi privukle ili zadržale LGBTI zaposlene, kompanije moraju imati proaktivan pristup uz veliku vidljivost.

Na tržištu

4 SPREČAVANJE KRŠENJA OSTALIH LJUDSKIH PRAVA

Kompanije treba da identifikuju, spreče i ublaže druge rizike po ljudska prava LGBTI osoba. Ovi rizici mogu biti specifični za njihovu industriju, lokalni kontekst, odnosno za skup partnera i aktera. U tom kontekstu, kompanije takođe treba da obezbede zaposlenima i drugim akterima sigurnost pri podnošenju žalbi, kako poznatim podnosiocima tako i onima koji to čine anonimno. Nasilje, tortura i loše postupanje prema LGBTI osobama zabeleženi su u školama, klinikama i bolnicama, u pritvoru i u kontekstu organa unutrašnjih poslova i bezbednosnih operacija, dok je podsticanje na mržnju i nasilje zabeleženo u sektoru medija.

Sve kompanije, a posebno one u gore pomenutim sektorima, odnosno one koje su u interakciji sa partnerima i akterima u ovim sektorima, treba da procene da li kroz svoj rad ili poslovne odnose uzrokuju ili doprinose nasilju, maltretiranju, zastrašivanju, zlostavljanju, podsticanju na nasilje odnosno drugim zloupotrebama LGBTI osoba i preduzmu konkretne mere da spreče i ublaže takve rizike. Kompanija treba da iskoristi svoj uticaj da zaustavi zloupotrebe u slučajevima kada je poslovni partner uključen u zloupotrebu koju kompanija nije uzrokovala niti joj doprinela, a ipak je povezana sa njenim radom, proizvodima odnosno uslugama kroz poslovni odnos. Međutim, odgovarajuća reakcija zavisiće od niza faktora uključujući: stepen uticaja nad dotičnim subjektom; koliko je ključan odnos za preduzeće, ozbiljnost zloupotrebe, kao i da li će prekid odnosa sa samim subjektom imati negativne posledice po ljudska prava.

Zaposleni treba takođe da snose odgovornost ukoliko njihovo ponašanje zloupotrebljava tuđa ljudska prava. Kompanije ne treba da uskraćuju proizvode odnosno usluge pojedincima odnosno grupama na osnovu seksualne orijentacije, rodnog identiteta i polnih karakteristika. Kompanije treba da iskoriste svoj uticaj i nastoje da promene ponašanje dobavljača i partnera, čije prakse mogu, namerno ili ne, diskriminisati ili na drugi način narušavati prava LGBTI osoba. U nekim slučajevima može biti prikladno da kompanije javno pokažu šta zastupaju. Kao važan doprinos, kompanije bi trebalo aktivno da podržavaju partnere i dobavljače koji pružaju mogućnosti, proizvode i usluge LGBTI osobama na nediskriminatornoj osnovi. Takođe treba da podrže i poslodavce koji angažuju LGBTI osobe, uključujući u teritorijalnim jurisdikcijama u kojima se prava LGBTI osoba ne poštuju.

U zajednici

5 DELOVANJE U JAVNOJ SFERI

Kompanije ne mogu same da transformišu društva u kojima rade. Ipak, važno je da kompanije preduzmu pozitivne, afirmativne korake i poštuju, a ukoliko postoji prilika i promovišu ljudska prava, koristeći svoj uticaj pobornika prava kroz reči i dela.



JAVNO ZASTUPANJE

Kompanije treba da komuniciraju svoje politike delotvorno u odgovarajućim kontekstima kroz konsultacije sa lokalnim akterima. Kompanije takođe treba da razmene svoja iskustva u ovoj oblasti na relevantnim forumima poput godišnjeg Foruma o poslovanju i ljudskim pravima koji vodi Radna grupa UN o poslovanju i ljudskim pravima uz podršku Kancelarije UN za ljudska prava.



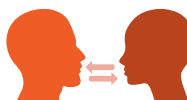
KOLEKTIVNO DELOVANJE

Kompanije treba, zajedno sa drugim kompanijama, da se konsultuju sa lokalnim organizacijama koje rade na promociji prava LGBTI osoba o odgovarajućim koracima koje zajedno mogu da preduzmu da bi doveli u pitanje diskriminatorne zakone i prakse. Oni bi trebalo da sponzorišu lokalne LGBTI grupe, uključujući omladinske centre, centre u zajednici, grupe za zastupanje i dobrotvorne organizacije i da uđu u partnerstva sa njima.



PREISPITIVANJE I ODLAGANJE IZRICANJA DISKRIMINATORNIH MERA

Kompanije treba da preduzmu sva raspoloživa zakonska sredstva da preispitaju, dovedu u pitanje, odlože i da se odupru primeni državnih mera koje bi mogle dovesti do kršenja ljudskih prava, uključujući kršenja ljudskih prava LGBTI osoba.



SOCIJALNI DIJALOG

Kompanije i njihove organizacije treba da uđu u pregovore, konsultacije i razmenu informacija sa sindikatima na sektorskom, regionalnom i nacionalnom nivou, o pitanjima od zajedničkog interesa koja se odnose na prava LGBTI radnika.

STANDARDI PONAŠANJA ZA PREDUZEĆA: OBRAZLOŽENJE

- 1 Ovi standardi sadrže već postojeće norme u oblasti međunarodnog prava ljudskih prava.** Standardi su namenjeni kao vodič za kompanije – velike i male, državne i privatne, koje rade u samo jednoj zemlji ili u više zemalja – o tome kako se postojeći standardi međunarodnog prava ljudskih prava, uključujući i one izvedene iz Univerzalne deklaracije o ljudskim pravima i one koji se nalaze u Vodećim principima UN o poslovanju i ljudskim pravima, mogu primenjivati na prava LGBTI osoba.
- 2 Ovi standardi proizilaze iz međunarodno priznatih ljudskih prava koja pripadaju LGBTI osobama po osnovu postojećih sporazuma u oblasti međunarodnog prava ljudskih prava.** Kompanije imaju odgovornost da poštuju sva ljudska prava svih ljudi i u svim okolnostima i treba da ispunjavaju sve svoje odgovornosti iz oblasti ljudskih prava onako kako su artikulisane u Vodećim principima UN. Obzirom da se LGBTI osobe nesrazmerno više suočavaju sa diskriminacijom, nasiljem i kršenjem povezanih ljudskih prava, potrebno je posvetiti posebnu pažnju da bi se osiguralo da oni mogu da ostvare svoja prava.
- 3 Ovi standardi se odnose na sva preduzeća, nezavisno od veličine, sektora, lokacije, vlasništva i strukture.** Dok se multinacionalne i druge kompanije koje rade u teritorijalnim jurisdikcijama gde je zakon diskriminatoran prema LGBTI osobama suočavaju sa posebnim izazovima prilikom izvršenja obaveza koje se odnose na poštovanje prava, nasilje i diskriminatorne prakse protiv LGBTI osoba dešavaju se u svakom regionu i zemlji sveta, a međunarodni standardi su jednako primenljivi na sve slučajeve.
- 4 Da bi standardi bili delotvorni, svaki sektor industrije treba da proceni rizik i uticaj u posebnim kontekstima i zemljama i prilagodi svoj pristup primeni na odgovarajući način.** Standardi opisuju uopštenim jezikom vrste mera koje kompanije treba da uzmu u obzir da bi uskladile svoje politike i prakse sa međunarodnim standardima u oblasti ljudskih prava. Oni takođe obuhvataju predlog mogućih mera za promociju ravnopravnosti i borbu protiv stigmatizacije koje su preporučljive, ukoliko okolnosti to dopuštaju.
- 5 Primena standarda treba da bude vođena od strane lokalnih aktera.** Poštovanje i razumevanje lokalnih parametara u primeni ovih standarda smanjuje verovatnoću da kompanije pokrenu nedelotvorne ili kontraproduktivne inicijative. To se može ostvariti kroz aktivnu promociju učešća lokalnih aktera i njihovog vlasništva, uključujući LGBTI organizacije civilnog društva.
- 6 U primeni ovih standarda, kompanije treba da usvoje nijansiran i diferenciran pristup i da uzmu u obzir različite izazove u odnosu na ljudska prava sa kojima se suočavaju lezbejke, gej, bi trans i interseks osobe ponaosob.** LGBTI osobe suočavaju se i sa zajedničkim i sa pojedinačnim problemima u odnosu na ljudska prava. U nekim slučajevima, neke od njih mogu biti posebna meta nasilja i diskriminatornih zakona i praksi. Dok u mnogim zemljama sve LGBTI osobe trpe nedostatak zakonskog okvira i povezane izazove u oblasti zaštite, trans i interseks osobe često su naročito izložene – uzevši u obzir nedovoljnu pažnju koja se poklanja njihovim problemima u oblasti ljudskih prava. Prilikom razrade i primene politika, kompanije treba da imaju u vidu ove specifičnosti i različitosti LGBTI populacije, što često zahteva drugačiji pristup svakom segmentu LGBTI populacije. Kompanije takođe treba da uzmu u obzir da LGBTI osobe mogu biti pod uticajem višestrukih oblika diskriminacije – uključujući rasnu diskriminaciju i diskriminaciju po osnovu pola, starosti, nacionalne pripadnosti, etničkog porekla, vere, zdravstvenog stanja, invaliditeta i društveno-ekonomskog statusa.
- 7 Iako se kompanije podstiču da podrže ove standarde, da ih potvrde i da se pozivaju na njih prilikom izveštavanja o preduzetim radnjama u cilju poštovanja i promovisanja ljudskih prava, standardi ne sadrže mehanizam za praćenje njihove primene.** Kancelarija UN za ljudska prava podstiče same kompanije, kao i sindikate, organizacije civilnog društva, akademske institucije i druge aktere, da prate i ocenjuju rad, postavljaju repere, identifikuju i razmenjuju primere dobre prakse, kao i da se uključuju u dijalog o narednim koracima koji bi mogli da se preduzmu u skladu sa ovim standardima.

OSNOVA DOKUMENTA

U ovom radu istraženi su neki od izazova sa kojima se kompanije suočavaju nastojeći da ispune svoje obaveze i zauzmu širu ulogu u borbi protiv diskriminacije pripadnika LGBTI zajednice.

Zašto standardi ponašanja?

Tokom protekle decenije porasla je svest širom sveta o ozbiljnosti i obimu nasilja i diskriminacije usmerene protiv LGBTI osoba. Prestanak ovih zloupotreba sve više je tema diskusija u mnogim zemljama i u Ujedinjenim nacijama. Preko sto država članica prihvatilo je preporuke UN u odnosu na reformu nacionalnih zakona i donošenje drugih mera za zaštitu prava LGBTI osoba, a tokom proteklih godina mnoge od njih primenile su značajne pravne reforme: od ukidanja diskriminatornih krivičnih zakona do izmena antidiskriminacionog zakonodavstva radi zaštite LGBTI pojedinaca od nepravičnog postupanja.

Uprkos tome standardi pravne zaštite pripadnika LGBTI zajednice i dalje se drastično razlikuju od zemlje do zemlje. Sedamdeset tri države članice UN i dalje inkriminišu istopolne veze, a mnoge inkriminišu i trans osobe. Većini država članica nedostaje delotvorna zaštita od diskriminacije po osnovu seksualne orijentacije, a još manji broj štiti prava trans osoba, a tek po neka je preduzela mere zaštite interseks osoba. U nekoliko zemalja, vlade aktivno primenjuju mere koje dodatno ograničavaju prava LGBTI osoba – uključujući ograničavanje aktivizma i zabranu kulturnih manifestacija. Tako izrazite razlike u pravnim okvirima i praksama predstavljaju poseban problem kompanijama koje su posvećene poštovanju i podržavanju ljudskih prava – bilo da su to kompanije koje rade u jednoj teritorijalnoj jurisdikciji sa međunarodnim partnerima ili u više teritorijalnih jurisdikcija.

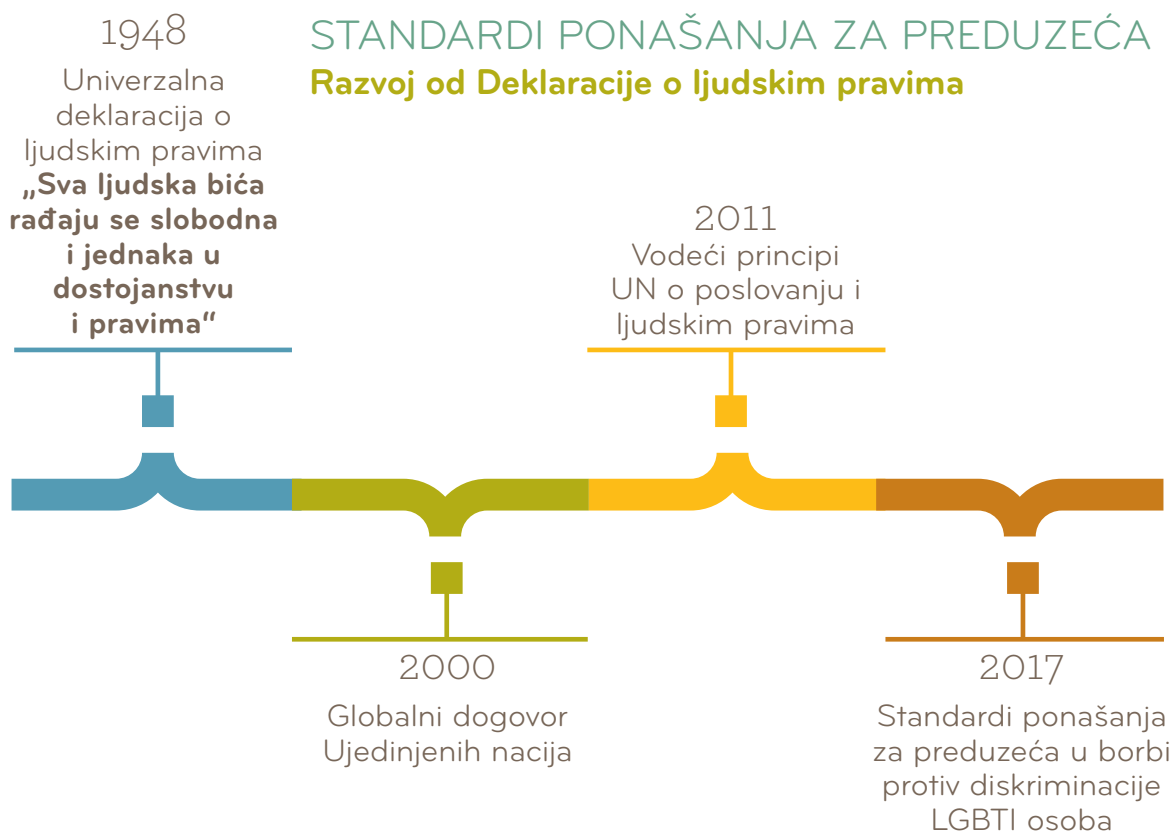
Čak i u zemljama sa progresivnijim zakonskim okvirom, duboko ukorenjena stigma i negativni stereotipi održavaju diskriminaciju LGBTI osoba, uključujući i na radnom mestu, na tržištu i u zajednici. Osim pravnih reformi, ostvarenje društvene prihvaćenosti i ravnopravnosti zahteva angažman šire zajednice, za šta je značajno učešće privatnog sektora.

Dok vlade imaju prvenstveno obavezu da poštuju, štite i ispunjavaju ljudska prava, kompanije takođe imaju jednu nezavisnu i komplementarnu obavezu da poštuju ljudska prava u svom radu i poslovnim odnosima. U Univerzalnoj deklaraciji o ljudskim pravima⁽⁴⁾ eksplicitno se navodi da „svaki pojedinac i svaki organ društva“ treba da nastoje da promovišu poštovanje ljudskih prava. Borba protiv diskriminacije nije samo zadatak države: kao organi društva, kompanije imaju i odgovornost da štite ljudska prava, kao i ogromnu ekonomsku moć i uticaj da dovedu do pozitivne promene.

Kroz čitav ovaj rad koriste se termini lezbejka, gej, biseksualna (ili bi) osoba da bi se ukazalo na osobe koje privlači isti pol; izraz transrodne (ili trans) osobe koristi se da bi se ukazalo na osobe čiji se rodni identitet razlikuje od pola pripisanog pri rođenju, a interseks se koristi da bi se ukazalo na osobe čije su polne karakteristike van tipičnih binarnih pojmova muškog i ženskog tela. Iako su ovi termini sve šire poznati, u različitim regionima i/ili kulturama ponekad se koriste drugačiji termini.

STANDARDI PONAŠANJA ZA PREDUZEĆA

Razvoj od Deklaracije o ljudskim pravima



Univerzalna deklaracija o ljudskim pravima usvojena je 1948. godine, a danas ona predstavlja ključni element međunarodnog prava ljudskih prava. Otkako je deklaracija stupila na snagu, države članice usvojile su dva značajna pakta (o građanskim i političkim pravima i o ekonomskim, socijalnim i kulturnim pravima) kao i veliki broj konvencija kojima se štite ljudska prava u posebnim slučajevima i okolnostima.

Globalni dogovor UN predstavljen je 2000. godine, a definiše devet principa koje preduzeća treba da poštuju (kasnije je dodat deseti princip) – između ostalog, ljudska prava, radna prava, zaštitu životne sredine i borbu protiv korupcije.

Džon Ragi (*John Ruggie*) je 2005. godine imenovan za specijalnog predstavnika generalnog sekretara UN za ljudska prava i transnacionalne korporacije i druga poslovna preduzeća.

Savet za ljudska prava UN je 2011. godine podržao Vodeće principe UN o poslovanju i ljudskim pravima. Vodeći principi su napravili okvir koji počiva na zaštiti, poštovanju i pravnom leku, u okviru kojeg država ima obavezu da štiti ljudska prava; kompanije imaju obavezu da poštuju ljudska prava; a pristup pravnom leku je od suštinskog značaja ukoliko dođe do kršenja prava.

VODEĆI PRINCIPI UN O POSLOVANJU I LJUDSKIM PRAVIMA: IMPLIKACIJE ZA KOMPANIJE

Vodeći principi UN o poslovanju i ljudskim pravima⁽⁵⁾, koje je podržao Savet UN za ljudska prava u junu 2011. godine, predstavljaju globalni standard za sprečavanje i odgovor na rizik od negativnih uticaja poslovnih aktivnosti na ljudska prava. Oni obezbeđuju kompanijama okvir za bolje razumevanje njihove odgovornosti u oblasti ljudskih prava, uključujući i odgovornost da spreče i ublaže štetu po ljudska prava uzrokovanu negativnim uticajem njihovih aktivnosti. Odgovornost za poštovanje ljudskih prava predstavlja svetski standard očekivanog ponašanja za sva preduzeća, gde god da rade i koje god da su veličine, vlasništva i strukture, odnosno industrije.

U skladu sa Vodećim principima UN, odgovornost za poštovanje ljudskih prava ima brojne implikacije. Kompanije treba da:

- Imaju uspostavljenu politiku poštovanja ljudskih prava⁽⁶⁾ zasnovanu na relevantnoj internoj i eksternoj ekspertizi, koja bi trebalo da bude uključena u operativne politike i procedure. Ona treba da bude javno dostupna, odobrena na najvišem nivou i da se odnosi na očekivanja od zaposlenih i poslovnih partnera u oblasti ljudskih prava.
- Sprovode detaljnu proveru u odnosu na ljudska prava:
 - da bi prepoznale stvarne i potencijalne negativne uticaje na ljudska prava;
 - da bi integrisale nalaze kroz relevantne interne funkcije i procese;
 - da bi iskoristile svoj uticaj u poslovnim odnosima i smanjile rizik po ljudska prava;
 - da bi pratile delotvornost odgovora na negativne uticaje na ljudska prava;
 - da bi preuzele odgovornost za to kako rešavaju svoj uticaj na ljudska prava;
 - da bi preduzele korektivne mere i ublažile odnosno eliminisale negativne uticaje koje su uzrokovale odnosno kojima su doprinele i
 - da bi izgradile interne procese i procedure poznate svim zaposlenima, uključujući i podsticaje za promovisanje odgovarajućeg ponašanja i obeshrabrivanje postupaka koji bi mogli naneti štetu ljudskim pravima.
- Predvide legitimne postupke za pristup pravnom leku odnosno sarađuju u njima ukoliko su uzrokovale ili doprinele negativnom uticaju na ljudska prava.
- Uspostave delotvorne žalbene mehanizme ili učestvuju u njima na operativnom nivou, da bi se žalbe usvojile što pre i da bi podnosioci mogli direktno da pristupe pravnom leku.⁽⁷⁾
- Razviju mehanizme na operativnom nivou koji su zasnovani na angažmanu i dijalogu sa pogođenim akterima i zajednicama. Treba početi od sticanja uvida u položaj LGBTI osoba u zemljama u kojima obavljaju svoje poslovne aktivnosti.

DA LI JE ODGOVORNOST KOMPANIJA DA POŠTUJU LJUDSKA PRAVA ZAKONSKA OBAVEZA?

Vodeći principi UN ne predstavljaju međunarodni instrument koji nosi zakonske obaveze za kompanije. U okviru Vodećih principa UN o poslovanju i ljudskim pravima, odgovornost kompanija da poštuju ljudska prava predstavlja normu očekivanog postupanja na osnovu postojećeg međunarodnog prava i konvencija. Međutim, to ne znači da odgovornost kompanija da poštuju ljudska prava nije povezana sa zakonskim obavezama. Odgovornost za poštovanje prava može biti uključena u domaće zakonodavstvo kojim se uređuju poslovne aktivnosti odnosno u obavezujuće ugovorne odnose između kompanija i njihovih poslovnih i privatnih klijenata i dobavljača, a može se izvršiti sudskim putem. Kompanije mogu takođe biti predmet obaveza u sklopu međunarodnog humanitarnog i međunarodnog krivičnog prava u određenim okolnostima.

Kompanije koje žele bolje da razumeju svoj potencijalni uticaj na LGBTI osobe mogu da počnu od sticanja uvida u položaj LGBTI u zemljama u kojima obavljaju svoje poslovne aktivnosti.⁽⁸⁾ Uz to, kompanije treba da revidiraju svoje politike o nediskriminaciji da bi videle da li su LGBTI osobe posebno uključene. Naročito kompanije koje imaju politike o nediskriminaciji, a koje rade u više teritorijalnih jurisdikcija, uključujući i neke u kojima zakon ne nudi zaštitu LGBTI osobama, treba da ponude takvu zaštitu od diskriminacije u svom radu. Takve politike bi trebalo da budu globalne i da pokrivaju sve kancelarije i zaposlene širom sveta, bez obzira na zemlju u kojoj rade.

U najužem smislu, ovaj pristup zahteva strogo poštovanje principa „ne činiti štetu“. To znači osigurati da postupanje kompanije, uključujući i u okviru poslovnih odnosa, ne ugrožava ostvarenje bilo čijih ljudskih prava. Poštovanje ljudskih prava takođe ima značajne pozitivne uticaje na živote ljudi i na zajednice. Ono predstavlja značajan doprinos ostvarenju ciljeva održivog razvoja.

Uz posvećenost ispunjavanju odgovornosti da poštuju ljudska prava u vidu politika, preduzeća treba da uspostave postupak za sprovođenje kontinuirane detaljne provere stanja ljudskih prava. Takav proces će omogućiti preduzećima da identifikuju, spreče, ublaže i preuzmu odgovornost za rešavanje pitanja svog uticaja na ljudska prava. Ukoliko identifikuju diskriminaciju i druge zloupotrebe ljudskih prava, preduzeća treba da obezbede pristup delotvornom pravnom leku odnosno ostvare saradnju u legitimnim postupcima za pristup pravnom leku. U Vodećim principima UN jasno se navodi ⁽⁹⁾ da u svakom kontekstu postoji društvena odgovornost kompanija da poštuju ljudska prava nezavisno od volje odnosno kapaciteta država da ispune svoje obaveze u oblasti ljudskih prava u tom pogledu, a ne umanjuje ove obaveze. Mere koje države i preduzeća treba da preduzmu su odvojene ali komplementarne.

Povrh toga što ispunjavaju svoje obaveze da poštuju ljudska prava, kompanije takođe imaju značajne mogućnosti da podržavaju ljudska prava – uključujući prava LGBTI osoba – u zemljama u kojima posluju. Uloga koju kompanije mogu da igraju i pristupi koje mogu da upotrebe zavisice od društvenog i pravnog konteksta. Ali u svim delovima sveta i nezavisno od lokalnih zakona i političke dinamike, postoje mere koje kompanije mogu da preduzmu da bi promovisale inkluziju i osnaživanje LGBTI osoba, da bi ih zaštitile od nepravilnog postupanja i dovele u pitanje diskriminatorne prakse na radnom mestu, na tržištu i u zajednici. Preduzeća mogu da ostvare značajan doprinos smanjenju stigmatizacije i predrasuda usmerenih na LGBTI zaposlene, potrošače i zajednice.

POSLOVNO I EKONOMSKO OPRAVDANJE ZA BORBU PROTIV DISKRIMINACIJE LGBTI OSOBA

Kompanije imaju odgovornost da poštuju ljudska prava bez obzira na uočene ili stvarne ekonomske prednosti ili troškove. Kao što kompanije moraju da se pridržavaju propisa o zdravlju i bezbednosti na radu, standarda zaštite životne sredine, odredbi o minimalnim zaradama, one treba da se pridržavaju i međunarodnih standarda u oblasti ljudskih prava – čak i ako to ima implikacije po troškove. U Deklaraciji o socijalnoj pravdi Međunarodne organizacije rada iz 2008. godine navodi se: „da se na kršenja temeljnih načela i prava na radu ne može pozivati ili se na bilo koji drugi način koristiti kao legitimna komparativna prednost“.⁽¹²⁾

Ali dodatno, takođe postoji poslovno i ekonomsko opravdanje za inkluziju koje podupire zagovaranje ljudskih prava. Diskriminacija, uključujući i LGBTI osoba, utiče na produktivnost i ometa društveni i ekonomski razvoj, a ima negativne posledice kako za kompanije tako i za zajednice. Ona takođe dovodi do gubitka udela na tržištu. U brojnim studijama, diverzitet i inkluzija povezani su sa poslovnim uspehom.⁽¹³⁾

MAKROEKONOMSKA CENA

Svaka diskriminacija nad određenim grupama ljudi ima visoku cenu: manji broj talenata, ograničena tržišta i usporavanje ekonomskog rasta. Istraživanje Svetske banke iz 2015. godine usmereno na Indiju pokazalo je da je diskriminacija LGBT zajednice koštala zemlju do 1,7 odsto potencijalnog bruto domaćeg proizvoda: što je ekvivalentno iznosu od 32 milijarde dolara. UNAIDS je 2017. godine objavio istraživanje u kojem se globalna cena procenjuje na 100 milijardi dolara godišnje.⁽¹⁴⁾ Institut Vilijams pronašao je pozitivnu korelaciju između BDP po glavi stanovnika i prava LGBT osoba.⁽¹⁵⁾

CENA ZA KOMPANIJE

- **Angažovanje.** Kada poslodavci preskoče talentovane pojedince na osnovu odlika koje nemaju veze sa poslom, poput njihove seksualne orijentacije, rodnog identiteta i polnih karakteristika, preduzećima ostaje suboptimalna radna snaga, što smanjuje njihovu sposobnost da ostvare rezultate. Nedavno je sprovedeno istraživanje u SAD koje je pokazalo da žene u čijim radnim biografijama stoji da su LBT, dobijaju oko 30 odsto manje poziva na razgovor.⁽¹⁶⁾
- **Zadržavanje.** Diskriminacija primorava kvalifikovane LGBTI zaposlene da daju otkaz, što stvara nepotrebne troškove povezane sa prometom i gubitkom talenata. U SAD, za 73 odsto su veće šanse da će LGBT zaposleni koji su „prikriveni“ i osećaju se izolovani na poslu napustiti posao od zaposlenih koji su se „autovali“.⁽¹⁷⁾
- **Učinak na radnom mestu.** Diskriminacija i predrasude na radnom mestu narušavaju produktivnost, doprinose izostajanju s posla i loše utiču na motivaciju, preduzetništvo i lojalnost kompaniji. U SAD, 27 odsto LGBT zaposlenih koji se nisu „autovali“ reklo je u jednom istraživanju da ih je skrivanje identiteta na poslu sprečilo da istupe i podele neku ideju.⁽¹⁸⁾ Istraživanja su pokazala da je ukupna angažovanost zaposlenih – ne samo LGBT zaposlenih – bolja kada se radno okruženje doživljava kao inkluzivno.

TAKOZVANA „DIVIDENDA DIVERZITETA“

Analiza lista *Harvard Business Review* pokazuje da kompanije sa visokim nivoom diverziteta imaju bolji učinak. Postoji 45 odsto veća verovatnoća da će zaposleni u kompanijama u SAD koje imaju veći diverzitet izvestiti da je njihov udeo na tržištu porastao tokom prethodne godine, a 70 odsto je veća verovatnoća da će izvestiti da je firma stupila na novo tržište. Nedavno sprovedeno istraživanje *Credit Suisse* banke takođe je pokazalo da su kompanije koje su prihvatile LGBT zaposlene imale bolje prosečne rezultate u odnosu na prinos na kapital, gotovinski prinos na ulaganja i rast dobiti.⁽¹⁹⁾

KUPOVNA MOĆ LGBTI I SAVEZNIČKE ZAJEDNICE

Globalna platežna moć LGBT potrošačkog segmenta procenjena je 2015. godine na 3,7 triliona dolara godišnje, ne računajući platežnu moć prijatelja i porodice LGBT osoba koji čine savezničku zajednicu.⁽²⁰⁾ Nacionalno istraživanje sprovedeno 2007. godine među odraslim osobama u SAD otkrilo je da postoji verovatnoća da će 88 odsto odraslih osoba koje se deklarišu kao gej i lezbejke uzeti u obzir brendove koji podržavaju neprofitne organizacije ili pokrete od značaja za LGBT zajednicu, a 58 odsto će kupovati proizvode, uključujući hranu i piće, odnosno usluge od kompanija koje se obraćaju direktno njima na tržištu.⁽²¹⁾ Trend izbora LGBT potrošača je u stalnom porastu, a takođe utiče na povećanje izbora brendova među saveznicima LGBT osoba. Anketa iz 2011. godine otkrila je da postoji verovatnoća da 87 odsto (što je povećanje od 10% u odnosu na 2007. godinu) odraslih LGBT osoba u SAD uzeti u obzir brendove koji podržavaju neprofitne organizacije odnosno pokrete od značaja za LGBT zajednicu, a da će 75 odsto heteroseksualnih odraslih uzeti u obzir brend za koji se zna da obezbeđuje jednake prednosti na radnom mestu svim svojim zaposlenima.⁽²²⁾

Radno mesto, tržište, zajednica: izazovi i mogućnosti

Na radnim mestima, tržištu i u zajednici, preduzeća uobičajeno sarađuju sa različitim akterima po pitanjima koja se odnose na LGBT i interseks, uključujući radnike i sindikate na radnom mestu, potrošače, dobavljače i akcionare na tržištu, kao i civilno društvo, vlade i zakonodavce u zajednici. U ovom poglavlju istražujemo izazove i mogućnosti u odnosu na uključivanje ovih različitih aktera.



Polazište ovih Standarda ponašanja jeste odgovornost koju preduzeća već imaju u okviru Vodećih principa UN da ne budu uključeni u negativan uticaj po ljudska prava – uključujući i prava LGBTI osoba. To predstavlja minimalni standard koji bi kompanije trebalo da ispune. Oni se odnose na nediskriminisanje ili uzrokovanje, odnosno doprinošenje na bilo koji drugi način, kršenju ljudskih prava bilo kog pojedinca/ke na osnovu njegove/njene seksualne orijentacije, rodnog identiteta i polnih karakteristika. Posvećenost u ovom smislu treba da bude praćena merama da bi se osiguralo da se promene u politikama odražavaju kroz promene u praksi.

Ali osim ispunjavanja ovih obaveza, kompanije takođe imaju priliku da ostvare veći doprinos u borbi protiv šire diskriminacije pripadnika LGBTI zajednice: kroz kontakte sa drugim akterima, pružanje podrške i, u nekim okolnostima, zauzimanje javnog stava podrške jednakim pravima i pravičnom postupanju prema LGBTI osobama.

Cilj je ne da se propiše jedan pravac delovanja u odnosu na drugi već da se daju mogući odgovori, na osnovu primenljivih međunarodnih standarda iz oblasti ljudskih prava i zabeležene poslovne prakse.

Organizacija Centar za talente i inovacije (*Center for Talent Innovation, CTI*) predložila je tri modela⁽²³⁾ da bi opisala načine na koje kompanije ostvaruju interakciju sa različitim akterima, da bi zaštitile svoje radnike i doprinele lokalnim LGBTI zajednicama u različitim pravnim i kulturnim sredinama. Ovi modeli se jednako odnose na nacionalne i globalne kompanije:



„KADA SI U RIMU“



AMBASADA



ZASTUPNIK

- **Pristup „kada si u Rimu“:** omogućava kompaniji da napravi određene izuzetke u smislu globalnih pro-LGBTI poslovnih politika, uzimajući u obzir lokalne uslove. Ukoliko su transparentne o ovim izuzecima i omogućavaju pojedinim zaposlenima da „budu izuzeti iz“ određenih nameštenja, kompanije šalju signal da vode računa o svojim zaposlenima. Na primer, kompanija u oblasti IKT i međunarodna advokatska firma dozvoljavaju LGBT zaposlenima da odbiju, bez ikakvih negativnih karijernih posledica, da putuju u određene zemlje koje bi mogle biti rizične za njih. Iako ovaj pristup može zaštititi neke strane radnike od rizika od zloupotrebe, ne čini mnogo da zaštiti prava lokalnih LGBTI radnika i drugih LGBTI osoba na koje bi kompanija mogla uticati u dotičnim zemljama, a ne čini ništa ni da promeni uvrežene obrasce diskriminacije u tim zemljama. U nekim situacijama mogao bi da doprinese i održavanju diskriminacije i neispunjavanju obaveze koju kompanija ima u okviru Vodećih principa UN da izbegava ugrožavanje ljudskih prava i rešava negativne uticaje na ljudska prava.
- **Pristup „ambasada“:** izvršava poslovne politike bez obzira na lokalni kontekst i stvara siguran prostor u teritorijalnim jurisdikcijama u kojima se prava LGBTI osoba ne poštuju odnosno ne štite na neki drugi način, dok verovatno pomaže da se promoviše veća tolerancija među lokalnim zaposlenima. Velika finansijska korporacija, na primer, sprovodi globalne antidiskriminacione politike u svim mestima u kojima ima kancelarije; delotvorno podiže nivo u teritorijalnim jurisdikcijama u kojima takva zaštita nedostaje u domaćem pravu. Treba napomenuti da su kod pristupa „ambasade“ zaposleni najčešće zaštićeni samo na radnom mestu.
- **Pristup „zastupnik“:** nastoji da utiče na lokalne radne propise i druge lokalne zakone koji se odnose na LGBTI osobe radi jačanja pravne zaštite doprinosa većem prihvatanju LGBTI radnika u datoj zemlji. Ovakvo zastupanje ne mora da bude javno i glasno; može da bude kroz privatne razgovore i tihiu diplomatiju. Mnoge vlade mogu biti manje voljne da izmene postojeće zakone ili prakse ukoliko bi moglo delovati da to čine kao odgovor na spoljne pritiske ili zastupanje.

Kompanija može da upotrebljava sva tri modela odjednom, u zavisnosti od lokalnih uslova koji preovlađuju u teritorijalnim jurisdikcijama u kojima rade, imajući u vidu da u svakom datom kontekstu pravni i društveni stavovi nisu uniformno isti u odnosu na lezbejke, gej, bi, trans i interseks osobe.⁽²⁴⁾ Na primer, kompanija može da zauzme stav „ambasade“ na jednom lokalitetu koji je pravno povoljan ali kulturno neprijateljski prema LGBTI pojedincima, dok istovremeno jače zagovara jednaka prava LGBTI osoba na drugom lokalitetu gde zakoni i norme zaostaju.

Prednost prilagodljivog pristupa je fleksibilnost. Rizik od nedoslednosti potencijalno može da ima negativan uticaj na globalne politike, a u nekim slučajevima dovede do održavanja diskriminacije i neispunjavanja odgovornosti kompanija da poštuju ljudska prava zagarantovana Vodećim principima UN i Standardima ponašanja, a eventualno takođe i zakonskim/ugovornim obavezama, u zavisnosti od konteksta. Na primer, kompanija koja je zauzela čvrst stav protiv zakona u američkoj državi Severnoj Karolini koji uskraćuje zaštitu LGBTI osobama od diskriminacije optužena je za licemerje zato što takođe posluje u Maleziji, gde su gej i trans osobe inkriminisane. Još jedan rizik predstavlja skrivanje iza politike „ambasade“ bez aktivnog programa edukacije, sprovođenja odnosno izvršenja. Ove rizike bi trebalo ispitati i analizirati u okviru svakog postupka detaljne provere ljudskih prava, a trebalo bi preduzeti odgovarajuće korake za eliminisanje odnosno ublažavanje štete.

Kompanija može imati dobre razloge da se ne odluči za model javnog zastupanja (kao što je sigurnost zaposlenih), a u određenim društvima tiha diplomatija i podrška diverzitetu i inkluziji mogu uopšteno gledano dovesti do delotvornijih rezultata od javnih proklamacija. Tamo gde se primenjuje, javno zastupanje, koje bi trebalo uvek da bude osmišljeno kroz konsultacije sa lokalnim civilnim društvom, ne mora neophodno da kritikuje državne organe; može biti afirmativno i podržavati

pozitivne inicijative kojima se povećava zaštita i promocija ljudskih prava, a istovremeno podsticati na dodatne korake

Uprkos potrebi da postoji određen stepen fleksibilnosti u pristupu koji kompanije imaju od zemlje do zemlje, one moraju da ispune minimalni standard nekršenja ljudskih prava odnosno rešavanja negativnih uticaja po ljudska prava – a cilj treba da bude dovođenje do poboljšanja gde god da kompanija posluje. Na kraju krajeva, ljudska prava su univerzalna, nedeljiva, neotuđiva, međuzavisna, međusobno povezana i komplementarna, a stvaranje izuzetaka za određena prava odnosno grupe ljudi u određenim kontekstima nosi negativan rizik po ljudska prava i treba ga izbegavati gdegod je to moguće. „Kada si u Rimu“ može biti praktično upotrebljivo krajnje sredstvo, ali postoji rizik od davanja legitimiteta i pojačavanja nepravde i diskriminacije, a u nekim slučajevima može dovesti do neispunjavanja međunarodnih standarda i drugih pravnih/ugovornih obaveza. Tamo gde se primenjuje, minimum je da kompanija osigura da ne uzrokuje odnosno ne doprinosi zloupotrebi ljudskih prava, uključujući i LGBTI zaposlene i druge LGBTI osobe, a mere zaštite/pravni lekovi treba da postoje da bi se odgovorilo na bilo kakve negativne uticaje koje kompanija uzrokuje odnosno kojima doprinosi. Kroz primenu ovih modela u posebnim kontekstima u kojima rade, kompanije treba da budu svesne izazova u odnosu na svakog aktera i praktičnih pristupa koji su im dostupni.

U narednom odeljku posmatramo kako kompanije mogu da ispune svoje odgovornosti u odnosu na LGBTI osobe i podrže njihova prava kroz kontakte sa sedam kategorija aktera: radnicima i njihovim predstavnicima, potrošačima, dobavljačima, akcionarima, zajednicama, sindikatima i vladama i zakonodavcima. Iako su ovi akteri međusobno povezani, u ovom radu se svaka kategorija obrađuje posebno. U svakom pododeljku istaknuti su izazovi i potencijalne prednosti kontakta sa svakom kategorijom aktera i neki praktični pristupi.

Na radnom mestu

ZAPOSLENI



Proširivanje politika i praksi za inkluziju LGBTI na radnom mestu i osiguravanje sigurnosti i bezbednosti LGBTI radnika i njihovih predstavnika može uzrokovati brojne pravne, kulturne i organizacione izazove za preduzeće. Mogu postojati određene pravne posledice u zemljama u kojima su istopolne veze, trans osobe i/ili javna diskusija o seksualnoj orijentaciji odnosno rodnom identitetu inkriminirani. Uz to, kompanije moraju da prolaze kroz različita kulturna i poslovna okruženja i da se u njima snalaze.

U mnogim zemljama, na primer, lezbejke, gej i biseksualni zaposleni u istopolnoj vezi i trans zaposleni mogu biti u pojačanom riziku od krivične odgovornosti. To je rizik za svako preduzeće – a u veoma regulisanim sektorima postoje dodatne složenosti. U oblasti finansijskih usluga, na primer, uslovi ostvarivanja radnog odnosa mogu zahtevati da krivična presuda mora dovesti do prekida radnog odnosa. Uz to, sistemsko nasilje i diskriminacija LGBTI osoba može imati negativan uticaj na njihovo zdravlje, prilike za obrazovanje i mogućnosti za zapošljavanje. Iako je ovaj problem globalne prirode, kompanije mogu i treba da igraju proaktivnu ulogu i doprinesu rešavanju takvih strukturnih nejednakosti.

U radu na usklađivanju sopstvenih praksi i operativnih politika sa međunarodnim standardima u oblasti ljudskih prava, kompanije treba pažljivo da ispituju lokalno okruženje. To obuhvata uzimanje u obzir potencijalnog nedostatka pravne zaštite od diskriminacije i uznemiravanja na radnom mestu i šire, nedostatka pravnog priznavanja rodno identiteta trans osoba odnosno postojanja teških i uvredljivih ograničenja takvog priznavanja, kao i nedostatka pravnog priznavanja istopolnih parova i njihovih roditeljskih dužnosti. Drugi faktori obuhvataju ograničenja slobode govora ili udruživanja, rizik od nasilja podstaknutog mržnjom, rizik od odbacivanja od strane roditelja ili porodice, kao i uticaj na zaposlene u neprijateljskom društvenom okruženju.



Praktični pristupi

Prvi korak u rešavanju problema vezanih za zaposlene je delotvorna poslovna politika diverziteta i inkluzije u kojoj se navode posebni željeni ishodi i uspostavlja okvir za utvrđivanje kada su ti ishodi postignuti. Delotvorna politika treba da artikuliše posvećenost kompanije diverzitetu i inkluziji i jasno i ponaosob pominje seksualnu orijentaciju, rodni identitet i rodno izražavanje, kao i polne karakteristike / interseks status. Ona bi trebalo da sadrži objašnjenje odgovornosti kompanije i zaposlenih, kao i posledice nepoštovanja politike.

Sledeći korak je obezbediti učešće ključnih internih aktera, uključujući zaposlene, sindikate i rukovodstvo, uz sponzorstvo i posvećenost unapređivanju strategije diverziteta i inkluzije. Neke kompanije čak imaju ovu obavezu unetu u bonuse funkcionera i okvire za ocenjivanje rada. Još jedan korak je globalna strategija sprovođenja – vodeći računa o tome da mnoge kompanije proširuju svoje delovanje na tržišta gde su koncepti jednakih prava i pravičnog postupanja LGBTI osoba možda ne tako dobro institucionalizovani odnosno mogu se smatrati pretnjom po lokalnu kulturu i uverenja. Od izuzetnog je značaja za kompanije da komuniciraju sa akterima, posebno lokalnim akterima, da bi bolje razumele lokalni kontekst.

Preporučuje se pravljenje mreže podrške za LGBTI zaposlene na globalnom nivou – čak i ukoliko je u nekim zemljama ovo samo virtuelna mreža (zbog opravdanih razloga za brigu u odnosu na privatnost i sigurnost radnika i njihovih predstavnika).

Izuzetno su značajni praćenje i održavanje ovih nastojanja da se ostvare diverzitet i inkluzija. Više rukovodstvo i/ili upravni odbor treba da dobija redovne izveštaje o napretku. Službenik višeg ranga treba da nadzire i usmerava inicijative koje se odnose na diverzitet i inkluziju i osigura da postoji redovna obuka o diverzitetu i inkluziji. Konačno, kompanije treba da preduzmu proaktivne korake da promovišu raznovrsne kandidate za više rukovodeće pozicije i pozicije u upravnom odboru.

Ova nastojanja u oblasti zapošljavanja i promocije ne treba da budu ograničena na više rukovodstvo. Da bi se rešili problemi strukturalne diskriminacije i nasilja nad LGBTI osobama, kompanije treba da preduzmu proaktivne korake da bi doprinele borbi protiv neravnopravnosti sa kojima se suočavaju, uključujući i sprovođenje ciljanog terenskog rada i posebnih programa obuke i zapošljavanja, posebno za marginalizovane pripadnike LGBTI zajednica.

LGBTI organizacije u različitim zemljama napravile su vodiče za poslodavce o inkluzivnim politikama i praksama na radnom mestu. Resursi koje nude organizacije *HRC, Stonewall, Community Business, Workplace Pride* odnosno *ACON*, sadrže konkretne strategije i primere dobre prakse u odnosu na angažovanje, zapošljavanje, uključivanje, razvoj, zadržavanje i motivisanje raznovrsne radne snage.⁽²⁵⁾

SINDIKATI



U borbi protiv diskriminacije, mnoge kompanije pronašle su prirodne saveznike među sindikatima.⁽²⁶⁾

U Severnoj Irskoj, na primer, sindikati su odigrali pozitivnu ulogu u premošćivanju verskih odnosno sektarijaniističkih podela. Slično tome, sindikati mogu dati značajan doprinos u borbi protiv diskriminacije, obzirom na prirodnu usklađenost između njihovog cilja pravičnog postupanja prema radnicima i njihovim predstavnicima i poštovanja najviših međunarodnih standarda.

Već 1981. godine, Kanadska unija radnika pošte (*Canadian Union of Postal Workers, CUPW*) postala je prvi sindikat u Kanadi koji je uključio terminologiju u kolektivni ugovor, kojom se zabranjuje diskriminacija po osnovu seksualne orijentacije. Nakon primera ovog sindikata, drugi su ubrzo dodali nediskriminaciju kao prioritet u pregovorima, a 1985. godine, sindikat koji je predstavljao radnike u biblioteci

isposlovao je povlastice za intimne partnere svojih članova. Tokom osamdesetih godina, savezništvo između gej i lezbejskih aktivista i britanskih sindikata rudara odigralo je ulogu u širenju podrške za gej i lezbejsku zajednicu u Velikoj Britaniji. To je obuhvatilo učešće radnih grupa rudara u raznim gej prajd marševima i manifestacijama, kao i usvajanje jedinstvene rezolucije na konferenciji laburističke partije 1985. godine, kojom se laburistička partija obavezala na podržavanje jednakih prava gej i lezbejske zajednice.⁽²⁷⁾ Grupe rudara bile su takođe među najglasnijim saveznicima gej i lezbejske zajednice Velike Britanije tokom kampanje iz 1988. godine protiv odeljka 28. Zakona o lokalnoj upravi, kojim je ograničavana takozvana „promocija“ homoseksualnosti od strane lokalnih organa vlasti.

Gde god su sindikati nezavisno formirani i mogu nezavisno da rade, takvi savezi mogu biti od koristi za sve uključene strane i dovesti do sinergija i doprinosa društvenim promenama u zemljama, industrijama i među radnicima.



Praktični pristupi

Kompanije mogu, kao početni korak, da podržavaju sindikate i da koordinišu rad sa njima u svojim nastojanjima da izrade posebne sindikalne politike za borbu protiv diskriminacije LGBTI osoba. Sindikalne politike mogu imati efekat stvaranja pozitivne klime i povećanja vidljivosti LGBTI pitanja. Kao i sami poslodavci i sindikati bi trebalo da modeluju dobre prakse kroz uspostavljene eksplicitne politike kojima će osigurati jednaka prava, povlastice i posebna prava za svoje LGBTI radnike i njihove predstavnike. Oni bi takođe trebalo da podrže nastojanja LGBTI članova sindikata da se sastaju i organizuju i obezbede resurse za pružanje podrške LGBTI, umrežavanje i održavanje konferencija.

Sindikati takođe imaju priliku da kontaktiraju sa širom LGBTI zajednicom. To se može prevesti u javnu posvećenost sindikata i zajednički rad sa LGBTI organizacijama civilnog društva na LGBTI manifestacijama. Kada je britanski sindikat *UNISON* prvi sponzorisao Londonski prajd, otpor unutar sindikata trošenju sredstava na nešto što je delovalo kao irelevantna aktivnost bio je veliki. Međutim, vidljiva posvećenost sindikata dobro je primljena među članovima i imala je pozitivan uticaj na druge radne organizacije.

Od izuzetnog je značaja da poslodavci rade sa sindikatima na izradi sveobuhvatnih akcionih planova za ravnopravnost. Za to je centralno da postoji izjava o jednakim mogućnostima uz posebno pominjanje seksualne orijentacije, rodnog identiteta, rodnog izražavanja i seksualnih karakteristika u politikama kompanija. Sindikati treba da pregovaraju smernice za sprovođenje planova koji ostavljaju što manje prostora za stavove i procene pojedinačnih rukovodilaca.

Primer ove vrste angažmana je način na koji je Italijanska generalna konfederacija rada (*Confederazione Generale Italiana del Lavoro*), veliki sindikat u Italiji, promovisala uvođenje kodeksa ponašanja u italijanska preduzeća koji obezbeđuje ljudima zaštitu od diskriminacije i resurse u slučajevima kada dođe do diskriminacije. U regionu Emilija–Romanja, sindikat ima sporazum sa Arcigay, nevladinom LGBT organizacijom, koja ima za cilj promenu percepcije LGBTI osoba među članovima sindikata i na radnom mestu.

Na tržištu

POTROŠAČI

Diskriminacija može imati negativan uticaj na kompanije u smislu potražnje potrošača. Mnogi potrošači sada takođe očekuju od preduzeća da glasno zastupaju prava LGBTI osoba širom sveta. Kompanija koja radi u zemljama gde se prava LGBTI osoba sistematski krše, može se osećati pod pritiskom u tim zemljama da zauzme stav koji nije dosledan vrednostima potrošača u matičnoj zemlji kompanije i na drugim tržištima. Dok kompanije treba uvek da procenjuju uticaj svog postupanja na ljudska prava i rade na tome da ublaže i eliminišu štetu, mnoge su iskusile da aktivna borba protiv diskriminacije takođe ima i komercijalne prednosti. Postoji trend društveno odgovorne potrošnje u mnogim zemljama, gde se potrošači identifikuju sa kompanijama posvećenim ispunjavanju standarda u oblasti rada, društva i ljudskih prava i nagrađuju ih. Ovi segmenti tržišta različitih su veličina, ali su uticajni i često koriste društvene medije da mobilišu podršku na različitim kontinentima.

Slično tome, kada kompanije diskriminišu ili na neki drugi način uzrokuju ili doprinose zloupotrebi ljudskih prava, potrošači u nekim zemljama sve više reaguju tako što aktivno biraju da se snabdevaju na drugom mestu. Industrije koje trguju dijamantima, čokoladama, bezalkoholnim pićima koja sadrže šećer, namirnicama koje sadrže genetski modifikovane sastojke, kafom kupljenom od uzgajivača sa oznakom *fair trade*, koalicije koje zahtevaju odeću koja nije proizvedena u nehumanim (*sweatshop*) uslovima, predstavljaju primere sektora koji su iskusili ovakvu mobilizaciju potrošača.

To svakako važi za LGBTI potrošače koji naročito reaguju na dokaze o društveno odgovornom poslovanju. Kao primer, jedno novije istraživanje pokazalo je da 68 odsto poljskih LGBT potrošača bira brendove prilagođene LGBT osobama, a 91 odsto

poljskih LGBT potrošača bi prestalo da kupuje brendove koje doživljava kao „homofobne“ odnosno javno bi protestovalo protiv njih.⁽²⁸⁾ Možda nije iznenađenje da će kompanije koje se vode brendovima pre nego druge kompanije usvojiti društveno usmerene politike i postaviti standarde.

Pritisak potrošača može imati i suprotan efekat. Namensko kupovanje mogu kao pristup usvojiti organizacije civilnog društva koje se protive ljudskim pravima LGBTI osoba. Neke kompanije su imale iskustvo sa onlajn kampanjama u okviru kojih se od potrošača zahteva da se obavežu da bojkotuju njihove proizvode zbog stavova o ovim pitanjima.



Praktični pristupi

Mnoge kompanije uložile su u izgradnju brendova koji prenose poruku o društvenoj svrsi zasnovanoj na poštovanju ljudskih prava i posvećenosti doprinosu pozitivnim društvenim promenama. To može uticati na moć kompanije i imati pozitivan društveni uticaj – uključujući, u ovom slučaju, i okončanje diskriminacije LGBTI osoba. Istovremeno, potrebno je da kompanije osiguraju da njihove politike koje se odnose na zaposlene, dobavljače i druge aktere poštuju ljudska prava, uključujući i prava LGBTI osoba, kao i da su u skladu sa marketinškim porukama.

Kompanije se sve više oslanjaju na poslovno-resursne grupe (PRG) za LGBTI koje su osmišljene da povećaju angažovanje zaposlenih u ovim nastojanjima. Neke kompanije ih takođe nazivaju resursne grupe zaposlenih (RGZ) odnosno saradničke mreže. LGBTI PRG su dobrovoljne grupe LGBTI zaposlenih koji se udružuju na radnom mestu i predstavlja resurs za članove i organizacije tako što podstiče raznoliko i inkluzivno radno mesto usklađeno sa organizacionim ciljevima. One predstavljaju način da se uspostavi podrška među kolegama u grupi. Osobe koje imaju slična iskustva mogu da ponude mnogo autentičniju i edukativnu podršku drugima. Ove grupe, koje su često počele kao neformalni forumi za povezivanje sa LGBTI kolegama, u mnogim kompanijama su postale formalnije i dobijaju podršku od same kompanije. Kompanije se oslanjaju na PRG da bi osigurale da su im marketinške poruke u skladu sa potrošačkim zajednicama, da steknu uvid u tržište i ostvare dodatni pristup segmentima tržišta u koje nisu tradicionalno bile uključene. To pomaže potrošačima i brendu a istovremeno angažuje zaposlene.

Vodeći principi UN o poslovanju i ljudskim pravima ističu da je značajno osim aktivnosti same kompanije, identifikovati i proceniti eventualne negativne uticaje po ljudska prava do kojih može doći kao posledica njenih poslovnih odnosa sa saradnicima, dobavljačima, partnerima i podružnicama. Kao što se navodi u Vodećim principima UN, kompanija treba da razmotri u okviru detaljne provere stanja ljudskih prava „negativne uticaje po ljudska prava koji mogu biti u direktnoj vezi sa njenim radom, proizvodima odnosno uslugama koje proističu iz njenih poslovnih odnosa“.

To je značajno zato što se kompanije sve više oslanjaju na radnike koji ne moraju biti njihovi direktni zaposleni. Prema jednom istraživanju sindikata, samo šest odsto radne snage multinacionalnih kompanija radi direktno za multinacionalne kompanije; ostali – 94 odsto – rade za dobavljače firmi.⁽²⁹⁾ Globalizacija je dovela do sve kompleksnijih struktura i odnosa unutar korporacija⁽³⁰⁾ ali ove strukture ne umanjuju odgovornost kompanije da poštuje ljudska prava. Od kompanija se očekuje ne samo da izbegavaju da uzrokuju odnosno doprinesu kršenjima ljudskih prava, već i da koriste svoj uticaj i reše negativne uticaje po ljudska prava sa kojima su direktno povezane kroz poslovne odnose, uključujući i sa dobavljačima.

Negativni uticaji po ljudska prava koji utiču na LGBTI osobe mogu nastati u čitavom lancu snabdevanja. Odgovornost kompanije da poštuje ljudska prava uključuje ne samo nastojanje da se osigura poštovanje ljudskih prava LGBTI osoba unutar same organizacije već i obraćanje pažnje na način na koji se ponašaju dobavljači i poslovni partneri.



Praktični pristupi

Kompanija može da upotrebi svoj uticaj u odnosu sa dobavljačem, uključujući i komercijalni značaj odnosno značaj po ugled datog poslovnog odnosa, u zalaganju za pravično postupanje prema LGBTI osobama i poštovanje njihovih prava – na primer, kroz obavezujuće klauzule o ljudskim pravima i nediskriminaciji u ugovorima. Ponekad kompanija ima uticaj kroz svoju kupovnu moć: dobavljači žele da održe komercijalne poslovne odnose i preduzeće radnje koje zahtevaju njihovi klijenti da bi održale te odnose. Integrisanje takvih obaveza u postupak nabavki, njihovo objašnjavanje dobavljačima i podržavanje dobavljača da delotvorno primenjuju takve politike, ključni su koraci u ostvarenju uticaja.

U mnogim kompanijama, timovi koji rade na diverzitetu udružuju snage sa odeljenjem za nabavke da bi proširili mogućnosti za nadmetanje na preduzeća u vlasništvu LGBTI osoba. Kompanija koja pruža finansijske usluge, na primer, pravi bazu podataka o dobavljačima u vlasništvu LGBT osoba i otvara mogućnosti za potpisivanje ugovora za proizvode i usluge sa ovim prodavcima.

U SAD, godišnji indeks korporativne ravnopravnosti organizacije za ljudska prava LGBTI osoba *Human Rights Campaign Foundation* procenjuje programe diverziteta dobavljača u okviru odeljka o javnom angažovanju u svojoj anketi. Indeks za 2013. godinu pokazao je da je 50 odsto poslodavaca pomenulo da ima program diverziteta. Među njima, 57 odsto je pomenulo da njihovi programi diverziteta obuhvataju preduzeća u vlasništvu LGBTI osoba. Sledeći skup kriterijuma u okviru ovog indeksa biće izričitije usmeren na diverzitet dobavljača.

AKCIONARI



Kompanije koje se ne zauzimaju za inkluziju LGBTI osoba mogu rizikovati da izgube investitore, uključujući i društveno odgovorne fondove. Od kraja devedesetih godina, investitori sve više prepoznaju ulogu koju kompanije igraju u doprinosu – i potencijalnom poboljšanju – društava u kojima posluju. Korporacije se sve više suočavaju sa investitorima aktivistima koji očekuju od kompanija da pokažu da poštuju ljudska prava. Izrada Vodećih principa UN o poslovanju i ljudskim pravima odražava i ovu promenu i doprinosi njenom daljem razvoju.

U nekim slučajevima pritisak akcionara može da pomogne da se pređe sa politike na praksu. Dok je u prošlosti pritisak na kompanije da poštuju standarde ljudskih prava mogao izazvati opštu posvećenost u vidu stava kompanije, danas su sve veća očekivanja da će kompanije uvesti politike i zaštite potrebne da se ovakve obaveze operacionalizuju.

Iako je teško proceniti kolektivan stav akcionara u odnosu na diskriminaciju LGBTI osoba ili bilo koje druge grupe, aktivizam akcionara koji podržavaju inkluziju LGBTI osoba je sve vidljiviji.⁽³¹⁾ Akcionari utiču na donošenje odluka u kompaniji o ovim pitanjima na različite načine, uključujući i kroz predloge odnosno rezolucije akcionara. Na primer, 2014. godine, jedna grupa akcionara koja je zajednički imala u vlasništvu odnosno upravljala kapitalom od 210 milijardi dolara, izdala je rezoluciju upućenu u preko 20 korporacija u vlasništvu šire javnosti u SAD o proširivanju politika nediskriminacije LGBTI osoba i politika o jednakim povlasticama u inostranstvu. Investitori su izrazili zabrinutost zbog veoma različitih i često surovih pravnih i kulturnih okruženja sa kojima se suočavaju LGBT osobe u nekim delovima sveta i povezanih rizika za kompanije koje posluju u ovim okruženjima. U pismu⁽³²⁾ se takođe zahtevalo da kompanije jasno izraze spremnost da odgovore na pretnje odnosno proganjanje sa kojima se suočavaju takvi radnici i njihovi predstavnici.

Akcionari su takođe u nekim prilikama upotrebili sastanke investitora da bi iskazali svoju zabrinutost u vezi odluka korporacija da podržavaju ljudska prava LGBTI osoba i potonjih poziva na bojkot. Takve odluke obuhvatile su i zauzimanje javnog stava o ravnopravnosti LGBTI osoba odnosno obezbeđivanja toaleta transrodnim osobama u skladu sa njihovim rodnim identitetom. Direktor kompanije *Starbucks* odgovorio je na takvo pitanje akcionara 2013. godine, uverivši ih da: „nije svaka odluka ekonomske prirode. [...] Ovu odluku donosimo kroz prizmu naših ljudi. Zapošljavamo preko 200.000 ljudi u ovoj kompaniji i želimo da prihvatimo različitosti. Svih vrsta“.⁽³³⁾ Kada akcionari prozovu rukovodstvo i suprotstave se korporativnim politikama koje proširuju nediskriminaciju na LGBTI zaposlene, kompanije imaju odgovornost da poštuju ljudska prava, što obuhvata poštovanje nacionalnih zakona odnosno međunarodnih standarda. Kompanija ne bi normalno prihvatila rezoluciju u kojoj stoji da žene treba da budu plaćene manje od muškaraca; po istom principu, kompanije ne treba da poštuju odluke akcionara koje bi mogle da ograničavaju prava LGBTI zaposlenih.



Praktični pristupi

Sve veći korpus dokaza ukazuje na to da preduzeća koja se posvete diverzitetu i inkluziji bivaju nagrađena na tržištu.⁽³⁴⁾ Investitori i preduzeća koji traže partnere posvećene poštovanju ljudskih prava sve više se okreću ka kompanijama koje postupaju u skladu sa Vodećim principima UN. Takav pritisak tržišta ohrabruje mnoge kompanije da preduzmu dodatne korake i operacionalizuju Vodeće principe UN, kao i da u svojim godišnjim izveštajima tačno predstavljaju svoj učinak i poštovanje međunarodnih standarda. U situaciji gde je sve većeg broja standarda u izveštavanju⁽³⁵⁾ i gde sve više kompanija nastoji da pronađe repere⁽³⁶⁾ u odnosu na koje će meriti svoj učinak, investitori sve više traže kompanije čija se praksa podudara sa njihovim izjavama i čije postupanje je u skladu sa međunarodnim standardima.

Poslovna kultura koja vrednuje diverzitet i inkluziju jača ugled kompanije kao pravičnog poslodavca, nekoga ko privlači širi spektar kvalifikovanih kandidata, jača moral i produktivnost zaposlenih, podstiče inovacije i smanjuje rizike od diskriminacije i uznemiravanja. Inicijative preduzete u ovom smislu mogu se jasno preneti – kako akcionarima tako i široj javnosti – uključujući i kroz godišnji izveštaj kompanije, izveštaje o održivosti i biltene akcionara.

U zajednici

ZAJEDNICE

Globalni pejzaž ljudskih prava LGBTI osoba veoma se razlikuje i konstantno menja.

⁽³⁷⁾ Uslovi na terenu brzo se razvijaju: na većini mesta se poboljšavaju, iako se u nekim situacijama pogoršavaju. Mogu postojati značajne razlike u postupanju prema LGBTI osobama unutar zemalja, a čak i u samim zajednicama – gde se lezbejke, gej i biseksualne, trans i interseks osobe suočavaju sa različitim vrstama nasilja, diskriminacije i drugim kršenjima ljudskih prava. Uz to, napredovanje zakona i politika ne mora odražavati ni malo realnost ljudskih života. Predrasude ostaju prisutne na nekom nivou u svim društvima dugo nakon ostvarenja neophodnih zakonskih reformi.

Kompanije treba da razumeju šire izazove sa kojima se mnoge LGBTI osobe suočavaju u zajednici, poput odbacivanja porodice, zloupotrebe i izazova u pristupu zdravstvenoj zaštiti, stanovanju i obrazovanju, odsustvo zaštite od nasilja i uznemiravanja kao i ograničavanje sloboda izražavanja, udruživanja i okupljanja. Sve više LGBTI zajednica usvaja koncept „ništa o nama bez nas“⁽³⁸⁾ koji ukazuje na značaj direktne uključenosti u sva nastojanja da se izbori sa diskriminacijom LGBTI osoba.

To važi za svako društveno pitanje – ljudi koji žive određeni problem najbolje ga razumeju i najbolje znaju kako ga treba rešavati.



Praktični pristupi

Partnerstva sa lokalnim LGBTI grupama pokazuju dugoročnu posvećenost LGBTI zajednici i mogu da pomognu kompanijama da bolje razumeju izazove sa kojima se suočavaju pripadnici zajednice. Takva partnerstva mogu da informišu formulisane politika kompanija i obezbede način da kompanije podstiču i podržavaju pozitivne društvene promene.

U društvima u kojima diskriminatorni stavovi prema LGBTI osobama posebno prevlađuju, finansijska podrška organizacijama i manifestacijama u zajednici može biti najpraktičniji način da kompanija doprinese promeni – a u nekim okolnostima, može biti i delotvornije od zauzimanja vidljivog javnog stava. U ovim okolnostima, još veći značaj ima usmeravanje od strane lokalnih aktera.

Organizacije koje mogu imati koristi od takvog korporativnog sponzorstva uključuju centre za LGBTI mlade, centre u zajednici, grupe za zastupanje i dobrotvorne organizacije. Pored pružanja direktne podrške i drugih oblika pomoći, kompanije mogu da ohrabre zaposlene da budu dobrovoljci u takvim organizacijama i/ili da ponude donacije ovim grupama u iznosu donacija zaposlenih. Kompanije takođe mogu da ustanove ili da podrže nagrade, koje mogu da pomognu da se zaštiti i legitimizuje rad branilaca ljudskih prava tako što će podići njihov profil u javnosti i obezbediti im platformu. Treba uzeti u obzir rizik da se domaće LGBTI grupe koje primaju stranu pomoć smatraju takozvanim „stranim plaćenicima“ i ublažiti ga koliko god je moguće.

OD 193 ZEMLJE...



zabranjuje diskriminaciju
na osnovu seksualne
orijentacije pri zapošljavanju



zabranjuje diskriminaciju
na osnovu rodnog
identiteta



zabranjuju
diskriminaciju
interseks osoba

VLADE I ZAKONODAVCI



Nepostojanje adekvatne pravne zaštite od nasilja i diskriminacije izlaže LGBTI osobe u zemljama širom sveta ozbiljnim kršenjima ljudskih prava i uskraćuje žrtvama⁽³⁹⁾ rešenje i pravni lek u slučajevima takvih kršenja.

LGBTI osobe su često diskriminirane na tržištu rada, kao i u pristupu obrazovanju, zdravstvenoj zaštiti, stanovanju i javnim uslugama. One su u nesrazmernom riziku od nasilja motivisanog mržnjom: uključujući i verbalnu i fizičku agresiju, seksualni napad, mučenje i ubistvo, kao i loše postupanje i zlostavljanje u ambulantama, bolnicama i klinikama. U 73 zemlje⁽⁴⁰⁾ zakonom su inkriminisane istopolne veze⁽⁴¹⁾, u najmanje osam inkriminisano je takozvano „krosdresing“ oblačenje, a u mnogim drugim zemljama, drugi često nejasno definisani zakoni, koriste se za kažnjavanje trans osoba.⁽⁴²⁾

Ovi zakoni imaju ogroman negativni uticaj na živote LGBTI osoba – a zapravo daju legitimitet diskriminatornom postupanju, produbljuju stigmatu i prisiljavaju mnoge LGBTI osobe da kriju svoj identitet i veze. Prema Agenciji Evropske unije za temeljna prava, jedna trećina trans osoba koje traže zaposlenje u EU iskusiła je diskriminaciju prilikom traženja posla a jedna trećina pominje nepravilno postupanje na radnom mestu zato što je trans.⁽⁴³⁾

Od početka 2017. godine, samo 67 od 193 zemlje zabranile su diskriminaciju pri zapošljavanju na osnovu seksualne orijentacije, dok samo 20 nudi eksplicitnu zaštitu po osnovu rodnog identiteta ili izražavanja. Samo tri zemlje štite interseks osobe od diskriminacije, a samo jedna zabranjuje nepotrebne operacije kojima su izložena mnoga interseks deca.⁽⁴⁴⁾ Trideset devet država odnosno 20 odsto zemalja na svetu pravno priznaje istopolna partnerstva, od čega 21 priznaje brak istopolnim parovima jednako kao i parovima različitog pola. Više zemalja, posebno u Aziji, Latinskoj Americi i Evropi, preduzelo je korake da proširi pravno priznanje i zaštitu trans osoba, iako često uz preduslove koji krše norme ljudskih prava.

Kompanije mogu i treba da podrže neophodne pravne reforme, tamo gde lokalni akteri insistiraju da bi to bilo od pomoći i doprinelo pozitivnim promenama. Politike inkluzije na radnom mestu nisu same po sebi dovoljne da zaštite LGBTI radnike i njihove predstavnike i druge aktere u zemljama u kojima su zakoni anti-LGBTI. Kompanije takođe imaju priliku da podrže lokalne zajednice kroz direktan kontakt sa vladama i zakonodavcima u zemljama u kojima rade, ukoliko je to od pomoći a lokalni akteri to žele. Podrška globalnih korporacija lokalnim pokretima za ravnopravnost LGBTI u mnogim zemljama u Evropi, Americi i Aziji doprinosi izgradnji inkluzivnijeg okruženja u čitavom društvu.



Praktični pristupi

Opisani pristup „zastupnik“ služi da bi se podstakla i podržala promena na nacionalnom nivou. Ovakvo zastupanje može da ima mnoge oblike, od direktnog lobiranja do podrške lokalnom zastupanju i simboličnim gestovima koji ukazuju na solidarnost sa lokalnom LGBTI zajednicom (vidi stranu 21).

Do sada su kompanije usvajale pristup „zastupnik“ da bi dovele u pitanje kako postojeće tako i predloge krivičnih i tzv. „anti-propagandnih“ zakona, kao i drugih nastojanja da se ograniče prava LGBTI osoba. Integrisanje kritike takvih predloga u okviru šireg zalaganja za veće poštovanje i zaštitu prava u nekim slučajevima se pokazalo delotvornim, posebno u težim kontekstima. Na primer, kompanije mogu da ohrabre vlade da štite slobodu govora svih manjinskih zajednica, uključujući i LGBTI zajednicu i promovišu vrednost diverziteta i inkluzije uopšte. Kompanije takođe mogu igrati ulogu u edukaciji partnera o pitanjima koja se tiču LGBTI.

Kompanije se podstiču da blisko sarađuju sa lokalnim grupama civilnog društva i pogođenim zajednicama. One bi trebalo da slušaju savete takvih grupa prilikom odlučivanja kada da istupe, kada da rade tiše i kako da ponude podršku na najdelotvorniji mogući način.

PROCENA POLITIKA ZA BORBU PROTIV DISKRIMINACIJE LGBT RADNIKA

SAD

Organizacija **Human Rights Campaign** otkrila je da je 2002. godine samo 61 odsto anketiranih kompanija imalo politike koje su zabranjivale diskriminaciju po osnovu seksualne orijentacije, a samo 5 odsto na osnovu rodnog identiteta. Do 2015. godine, ovaj broj je skočio na 93 odsto odnosno 87 odsto. Tokom tog perioda, udeo kompanija koje su nudile zdravstveno osiguranje koje obuhvata trans specifičnu medicinsku negu, skočio je sa nula na 60 odsto; preko 300 velikih kompanija sada ima smernice za rodnu tranziciju. Svake godine dodaju se novi kriterijumi, što čini proces kvalifikacije oštrijim. U februaru 2016. godine, organizacija **Human Rights Campaign** izdala je prvo globalno izdanje indeksa korporativne ravnopravnosti. Najbolja ocena je 100 odsto, a iako je mnoge kompanije ostvaruju, veliki broj *Fortune* 1000 kompanija i dalje ima veoma niske ocene.

VELIKA BRITANIJA

Organizacija **Stonewall** proizvodi godišnji indeks najboljih 100 kompanija od 2005. godine, kojim ocenjuje kompanije u odnosu na deset kriterijuma, uključujući politike koje se tiču zaposlenih, angažovanje zaposlenih, obuke zaposlenih, politike koje se tiču dobavljača i angažman u zajednici. Od 2011. godine organizacija **Stonewall** takođe nudi globalni indeks koji meri učinak multinacionalnih organizacija u odnosu na određene repere i njihov pristup ravnopravnosti LGBT osoba na globalnom nivou.

SAR HONGKONG, KINA

Novi indeks koji je napravila organizacija **Community Business** ocenjuje kompanije u odnosu na korporativne politike i prakse koje podržavaju radno mesto inkluzivno za LGBT osobe. Organizacija je 2010. godine sprovela anketu LGBT zaposlenih i njihovih saveznika po pitanju kulture na radnom mestu u Hongkongu.

AUSTRALIJA

„Australijski indeks ravnopravnosti na radnom mestu“ koji pravi **AIDS Savet za Novi Južni Vels (AIDS Council of New South Wales, ACON)** služi kao nacionalni reper za inkluziju LGBTI osoba na radnom mestu i predstavlja najveću i jedinu nacionalnu anketu zaposlenih osmišljenu tako da oceni ukupni uticaj inicijativa za inkluziju na organizacionu kulturu i zaposlene.

GLOBALNO

Organizacija sa sedištem u Amsterdamu, **Workplace Pride** pokrenula je „globalni reper“, međunarodni indeks za LGBT osobe na radnom mestu 2014. godine, osmišljen tako da odgovori na prekogranične aspekte inkluzije LGBT osoba na radnom mestu. U 2016. godini on je obuhvatio 30 multinacionalnih kompanija i preko tri miliona zaposlenih. Organizacije **Human Rights Campaign** i **Stonewall** takođe su uvele međunarodnu dimenziju u svoje ankete i time omogućile kompanijama da uporede svoje globalne obaveze u odnosu na stepen ravnopravnosti LGBT osoba. Ovi indeksi mogu da budu osnov za delotvoran sistem upoređivanja u odnosu na dati reper.

ISKUSTVO SALIVEN PRINCIPA U JUŽNOJ AFRICI

Tokom trajanja aparthejda u Južnoj Africi mnoge kompanije iz SAD usvojile su Saliven principe, u okviru kojih su unapređivale radnike na osnovu zasluga i obezbeđivale jednaku zaradu za isti rad, bez obzira na lokalne zakone koji su diskriminirali po osnovu rase. Ovi principi su podrazumevali:

- nesegregaciju rasa u svim prostorijama za ručavanje, odmor i rad;
 - jednake i pravične prakse zapošljavanja za sve zaposlene;
 - jednaku zaradu za zaposlene koji obavljaju isti ili uporediv posao tokom istog vremenskog perioda;
 - pokretanje i razvoj programa obuke koji će pripremiti veliki broj crnaca i drugih ne-belaca za nadzorne, administrativne, kancelarijske i tehničke poslove;
 - povećanje broja crnaca i drugih nebelaca na rukovodećim i nadzornim pozicijama;
 - unapređenje kvaliteta života za crnce i druge nebelce izvan radnog okruženja u oblastima poput stanovanja, transporta, školovanja, rekreacije i zdravstvenih ustanova; i
 - rad na eliminisanju zakona i običaja koji ometaju socijalnu, ekonomsku i političku pravdu (dodat kasnije).
- Bez uvećavanja njihovog značaja, Saliven principi su pomogli da se napravi klima u kojoj beli i nebeli zaposleni rade kao jednaki, a primena principa među kompanijama koje su nastavile sa radom u Južnoj Africi pomogla je da se pripremi kadar talentovanih menadžera na koji će se kasnije Južna Afrika osloniti kada je aparthejd konačno ukinut 1991. godine.

POSTOJEĆI LGBT PRINCIPI POSLOVANJA

U Francuskoj, organizacija **L'Autre Cercle** napravila je „Povelju o uključivanju LGBT“, koju kompanije mogu da potpišu da bi javno pokazale svoju posvećenost ravnopravnosti LGBT zaposlenih. Kompanije koje potpisuju povelju obavezuju se da će:

- napraviti inkluzivno radno mesto za LGBT zaposlene;
- osigurati jednakost pred zakonom i jednako postupanje prema svim zaposlenima, nezavisno od njihove seksualne orijentacije ili rodnog identiteta;
- podržati sve zaposlene ukoliko su žrtve diskriminatornih reči odnosno dela i
- pratiti napredovanje u karijeri i deliti primere dobre prakse da bi osigurale evoluciju opšteg radnog okruženja.

Slično tome, u Holandiji, Amsterdamska deklaracija koju je napravila organizacija **Workplace Pride** 2011. godine, a potpisale su je brojne velike korporacije, obavezuje kompanije na deset koraka sa ciljem da odgovore na nepravedno postupanje prema LGBT osobama na radnom mestu. Jedan od koraka podstiče poslodavce da identifikuju i podrže lidere i donosioc odluka (gej i strejt, trans i cisžender⁽⁴⁵⁾) koji aktivno pokušavaju da naprave radno okruženje inkluzivno za LGBT osobe; još jedan korak zastupa podršku resursnim grupama zaposlenih i programima obuke, poput obuke o diverzitetu LGBT za rukovodioce.

DODATAK STUDIJE SLUČAJA

U ovom odeljku razmatraju se konkretni primeri izazova sa kojima se suočavaju korporativni akteri u nastojanju da ispune svoje odgovornosti i igraju širu ulogu u odgovoru na diskriminaciju protiv pripadnika LGBTI zajednice, kao i praktični pristupi koje su oni usvojili.

Odgovor na takozvane zakone „anti-gej“ propagande

U novembru 2013. godine, **IKEA Group**, globalni proizvođač nameštaja i opreme za domaćinstvo, uklonio je sa svog onlajn časopisa u Rusiji članak u kojem je prikazan istopolni par i njihova beba kod kuće. Tekst je bio deo globalne publikacije kompanije koja je pokazivala kako raznolike porodice uživaju u svojim domovima. Odluka da ne prikažu istopolne roditelje u ruskom izdanju motivisana je takozvanim zakonom „anti-gej“ propagande koji zabranjuje promovisanje „netradicionalnih“ veza. Kompanija je donela odluku da poštuje zakon da bi zaštitila svoje saradnike i njihove porodice i pretrpela kritiku od potrošača i drugih aktera, uključujući i LGBT+ grupe i grupe za zaštitu ljudskih prava iz inostranstva. Ovaj slučaj je ilustrovao kako globalne politike kompanije mogu da budu u suprotnosti sa realnošću na lokalnu.

Ova epizoda međutim, predstavljala je prekretnicu za pristup kompanije **IKEA** inkluziji LGBT+ osoba na radnom mestu i dovela do toga da kompanija razvije i predstavi globalni sistematski plan inkluzije LGBT+ osoba. Plan koji je sada na snazi ima za cilj stvaranje potpuno inkluzivnog radnog okruženja i doprinosi pozitivnoj promeni za LGBT+ saradnike. Takvi planovi, praćeni nastojanjima da se istraže putevi kolektivnog zastupanja, imaju potencijal da dovedu do pozitivnih i dugoročnih promena.

Ad hok rešenja za diskriminatorne zakone

Prilikom nameštenja u inostranstvu, neke LGBT diplomate i njihovi partneri uspevaju da ostvare neformalne aranžmane sa zemljama prijema u kojima eventualno postoje zakoni koji ograničavaju prava LGBT osoba odnosno inkriminišu LGBT osobe. Zaposleni u privatnom sektoru koji žele da povedu svoje partnere sa sobom tokom nameštenja u inostranstvu ponekad se suočavaju sa izazovima. Neke kompanije su razvile politike tako da zaposleni koji odluče da se ne presele na mesta na kojima je regulatorni okvir diskriminatoran u odnosu na LGBT osobe ne budu kažnjeni. Druge su došle do ad hok rešenja da zaobiđu otežavajuće zakone, često u korist nelokalnih radnika.

Firma **Baker McKenzie** prevodi svoj „neneutralan“ stav o LGBT pitanjima tako što u svakoj kancelariji ima partnera odgovornog za inkluziju LGBT osoba koji se bavi sprovođenjem politika antidiskriminacije i ispunjavanjem obaveza u oblasti diverziteta i inkluzije. Jedna druga kompanija pokriva troškove najma i čišćenja za dvosoban stan da bi održala privid da istopolni partneri žive u odvojenim sobama. Jedna multinacionalna kompanija izbegava da pravi neformalne dogovore sa vladama u zemljama u kojima

posluje, ukoliko su oni podložni promenama kada se vlada ili stavovi vlade promene. Ukoliko su istopolne veze nezakonite u nekoj zemlji, a ta zemlja odbije da izda vizu ili dozvolu boravka istopolnom supružniku zaposlenog, ista kompanija pomaže tom zaposlenom tako što mu daje dodatne dane odmora da može da odlazi kući i održava porodični odnos.

Brendovi vođeni namenom

U Indiji, firme kao što su **Godrej, Genpact, Intuit, ThoughtWorks, Microsoft** i **Google** zauzele su javan stav protiv odeljka 377. krivičnog zakonika te zemlje, kojim se inkriminišu istopolne veze. Primeri brendova koji su objavljivali reklame protiv odeljka 377. uključuju: brend nakita **Tanishq** u vlasništvu kompanije **Titan** koja je deo **Tata Group** postavila je reklamu na *Twitteru* na kojoj je prikazan par dijamantskih minduša sa natpisom: „dve iste uvek su lep par! #sec 377“; **Fastrack**, popularan modni brend za mlade u Indiji, vodio je kampanju pod nazivom *Move On* („Produži dalje“), koja je podržavala ukidanje odeljka 377; a luksuzni brend **Hidesign** postavljao je tweetove podrške ukidanju odeljka 377.

Zauzimanje javnog stava može imati pozitivan uticaj na poslovanje kompanije, posebno kod mladih potrošača. Reklama koju je nedavno objavila kompanija **Colgate Mexico** sa gej parom u okviru kampanje *#SmileWithPride* („Osmehuj se ponosno“) dobila je pozitivne reakcije. U SAD, **Google** je nedavno istraživao dve LGBT marketinške⁽⁴⁶⁾ kampanje i objavio sledeće nalaze:

- 47 odsto osoba ispod 24 godine starosti u SAD češće će podržati brend nakon što vidi reklamu sa temom ravnopravnosti LGBT (u poređenju sa 30 odsto osoba iznad 24 godine starosti);
- Reklama kompanije **Burger King** pod nazivom *Proud Whopper* („Ponosni *Whopper* hamburger“) dosegla je 20 odsto stanovnika u SAD. Milenijalci (rođeni između početka osamdesetih i početka dvehiljaditih) bili su dosegnuti 4,8 puta češće od ostalih stanovnika;
- Kompanija **Honey Maid** je uz pomoć svoje reklamne kampanje koja podržava LGBT ostvarila svoj cilj i rasplamsala diskusiju i angažovanje: *Google* pretrage brenda skočile su 400 odsto u toku kampanje.

Suočavanje sa negativnim reakcijama

Prisutna u 74 zemlje sa skoro 200.000 zaposlenih širom sveta, francuska banka **BNP Paribas** jedna je od glavnih banaka u evro zoni i jedna od najvećih na svetu. Kada je odlučila da potpiše povelju organizacije *l'Autre Circle* 2015. godine, suočila se sa većim negativnim reakcijama grupe koja se snažno protivi istopolnim vezama, a izvršni odbor banke dobio je oko 12.000 eksternih mejlova protiv te odluke. Čak iako banka nije očekivala takvu negativnu reakciju, ona nije promenila svoju odluku već je odlučila da će u budućnosti imati detaljniju politiku interne komunikacije da bi bolje uključila zaposlene i omogućila bolje razumevanje svrhe grupe.

Rizici po ugled duž lanca snabdevanja

Francuska telekomunikaciona kompanija **Orange** bila je suočena sa rizikom po ugled kada se ispostavilo da se reklamira u novinama *Red Pepper* u Ugandi, koje su javno objavile imena i fotografije 200 osoba za koje su navele da su gej. Onlajn peticija kojom se od kompanije zahtevalo da otkáže svoj ugovor sa novinama privukla je 77.000 potpisa. Kompanija je kasnije objavila da neće obnoviti ugovor za oglašavanje sa ovim novinama.

Uključivanje ravnopravnosti LGBT osoba u prakse nabavki i upravljanje lancem snabdevanja

Simmons&Simmons LLP, međunarodna advokatska kancelarija sa preko 1.500 zaposlenih u 21 kancelariji u Evropi, Bliskom Istoku i Aziji ima dobro uspostavljen program komunikacije sa dobavljačima i proaktivno uključuje principe ravnopravnosti LGBT osoba u prakse nabavke.

Simmons&Simmons zahteva od potencijalnih dobavljača da odgovore na pripremljeni set pitanja tokom tendera. To podrazumeva ispunjavanje obrasca za proveru društveno odgovornog poslovanja, a on sadrži pitanja o ravnopravnosti i diverzitetu. Oni takođe zahtevaju od potencijalnih dobavljača da podnesu primerak politike o diverzitetu i inkluziji.

U okviru godišnje provere dobavljača, firma traži od njih da obezbede dokaze o načinu na koji se njihovi zaposleni upoznaju sa politikom kompanije o diverzitetu i inkluziji, koja, da bi bila u skladu sa politikom same firme, mora da obuhvata sve zaštićene karakteristike. Ova provera šalje se na godišnjem nivou najvećim dobavljačima firme, a moraju da je prođu svi novi dobavljači.

Firma nastavlja saradnju sa dobavljačima koji nemaju sopstvene obuke o diverzitetu i inkluziji i podržava ih kroz brifinge i razmenu primera dobre prakse. Izradila je praktičan vodič⁽⁴⁷⁾, koji sadrži alate namenjene kompanijama koje nastoje da primene sličan pristup, uključujući uzorak upitnika za proveru i program događaja, savete o merenju uticaja i druge korisne resurse.

Rad sa pogođenim zajednicama

IBM ima tim zaposlenih posvećen izgradnji partnerstava sa neprofitnim LGBT organizacijama u mnogim od 170 zemalja u kojima posluje. Tokom protekle decenije, IBM je dao donacije najrazličitijim organizacijama, uključujući i LGBT organizacije.

Slično tome, u Velikoj Britaniji, jedna advertajzing firma donirala je prostor za oglašavanje na bilbordima, autobuskim stajalištima i železničkim peronima LGBT organizaciji *Stonewall* za njenu nezaboravnu kampanju iz 2007. godine pod nazivom *Some People are Gay. Get Over It!* („Neki ljudi su gej. Navikni se!“). Organizacija *Stonewall* takođe prima besplatne pravne i političke savete od raznih korporativnih partnera.

U Singapuru, velike kompanije podržavaju *Pink Dot*, jednodnevno okupljanje hiljada LGBT pojedinaca i saveznika u gradskom parku Hong Lim, gde su dozvoljeni javni govori.⁽⁴⁸⁾ Nakon što je Singapur zatražio od multinacionalnih kompanija da ne podržavaju *Pink Dot* proslave 2016. godine, dve multinacionalne kompanije su se založile kod vlade da bi gej prajd manifestacije mogle da se održe u Hong Lim parku 2017. godine. Lokalne kompanije sa većinskim singapurskim vlasništvom već su ušle i popunile vakuum koji su ostavili multinacionalni sponzori.

Jedna globalna institucija je 2013. godine objavila da na neodređeno vreme odlaže ogroman projekat u Ugandi za unapređenje zdravstvene zaštite, kao odgovor na usvajanje diskriminatornog zakona za borbu protiv homoseksualnosti. Ovaj potez su kritikovali neki aktivisti koji su smatrali da je zapravo pružio političku podršku sponzoru zakona, stavio LGBTI osobe na suprotnu stranu od ostatka populacije i dao kredibilitet ideji da je ravnopravnost LGBTI agenda koju sponzorise zapad. Oni su izrazili svoju želju da budu konsultovani o takvim odlukama u budućnosti.

Korišćenje kolektivnog uticaja kod vlada i zakonodavaca

U Ugandi nekoliko kompanija aktivno se zalagalo da zakonodavci ne usvoje nove diskriminatorne zakone i ograničavanja sloboda izražavanja, udruživanja i okupljanja isticanjem potencijalnih negativnih posledica, uključujući i za preduzeća. Druge su to učinile pod pritiskom međunarodnih klijenata. U Severnoj Irskoj, nekoliko sindikata i kompanija zajedno je radilo na borbi protiv diskriminacije na verskoj osnovi tokom perioda nasilnih sektarijaniističkih tenzija. U drugim slučajevima, kompanije su ili javno zastupale ili privatno lobirale da bi podržale braniocje ljudskih prava ili da bi odgovorile na izazove u društvu odnosno u oblasti ljudskih prava. U Singapuru u septembru 2015. godine, dvanaest multinacionalnih kompanija formiralo je koaliciju za globalnu podršku ravnopravnosti LGBT na radnom mestu.

Kada se mali privrednici udruže da bi se suprotstavili anti-LGBT zakonodavstvu

U Teksasu, SAD, nekoliko stotina malih privrednika, od kafeterija do prodavnica bicikala, potpisalo je otvoreno pismo 2016. godine kojim se suprotstavlja svim nastojanjima da se u državi donesu zakoni koji bi izložili LGBT zajednicu diskriminatornom postupanju, nakon donošenja anti-LGBTI zakonodavstva u Severnoj Karolini.

Kroz svoj veb sajt *Texas Equality* („Ravnopravnost Teksas“) i nekoliko drugih zajedničkih akcija, ovi mali privrednici širom svih regiona države, udružili su se oko jedinstvene poruke: *Keep Texas Open for Business* („Zadržimo poslovanje u Teksasu“) i protiv anti-LGBTI zakona koji je trebalo da se podnese tokom zakonodavne sednice 2017. nazivajući ga „napadom na male privrednike i napadom na ekonomiju Teksasa“.

Kada kompanija povuče plan za proširenje zbog zakona o diskriminaciji

PayPal, jedan od najvećih servisa za plaćanje na globalnom nivou, sa preko 170 miliona otvorenih naloga, isplanirao je u aprilu 2016. godine da otvori novi uslužni centar u mestu Šarlot u američkoj državi Severnoj Karolini. Samo mesec dana nakon najave ove odluke, donet je novi zakon, poznat kao HB2 u Severnoj Karolini, kojim su ukinute zaštite prava LGBT građana i uskraćena su ovim pripadnicima zajednice jednaka prava u skladu sa zakonom.

Uprkos tome što su se mnoge velike

korporacije, poput **PayPala**, protivile novom zakonu, on je podržan. Zbog toga, **PayPal** je promenio plan za proširenje na novu lokaciju u Šarlotu. **PayPal** je planirao da počne sa između 400 i 600 zaposlenih, a da potencijalno proširi ovaj broj. **Deutsche Bank** takođe je odlučila da se ne proširi u Severnoj Karolini.

Procenjeno je⁽⁴⁹⁾ da je diskriminacija pripadnika LGBT zajednice koštala ekonomiju Severne Karoline oko 5 milijardi dolara godišnje, a HB2

zakon je već doveo do gubitka preko 40 miliona dolara investicija u poslovanje i gubitak od preko 1.250 radnih mesta. Izvršni direktor kompanije **PayPal**, Dan Šulman, napisao je u tom trenutku: „Ova odluka odražava najdublje vrednosti kompanije **PayPal** i naše čvrsto uverenje da svaka osoba ima pravo na jednak tretman uz dostojanstvo i poštovanje. Ovi principi pravičnosti, inkluzije i ravnopravnosti u srži su svega što nastojimo da dostignemo i za šta se zalažemo kao kompanija. I oni

nas primoravaju da preduzmemo mere i suprotstavimo se diskriminaciji.“

Početak 2017. godine, zakonodavna skupština Severne Karoline donela je nov zakon kojim se ukidaju elementi HB2 zakona, najviše zbog negativnih reakcija korporacija i ekonomskog uticaja. Tom prilikom guverner je podelio svoje stanovište da je HB2 „crni oblak iznad sjajne države... Ukaljao nam je ugled, diskriminisao naše ljude i uzrokovao veliku ekonomsku štetu u mnogim našim zajednicama“.

FUSNOTE



- 1) Prema jednom istraživanju u Sjedinjenim američkim državama koje je sprovedla organizacija *Human Rights Campaign*, oko 62 odsto lezbejki, gej i biseksualnih diplomaca na univerzitetu vrati se „u orman“ kada počnu da rade na prvom radnom mestu. Još jedna anketa pokazuje da se u 23 evropske zemlje od trans osoba očekuje da budu sterilisane kao preduslov za dobijanje pravnog priznanja željenog pola, dok 8 zemalja ne omogućava ni jedan pravni način trans osobama da dobiju zvanične lične dokumente u kojima je zabeleženo njihovo željeno ime i rod. („Prikriveni“ i „u ormanu“ su pridevi za LGBT osobe koje nisu otkrile svoju seksualnu orijentaciju, rodni identitet ni aspekte istog).
- 2) U Indiji je 2009. godine Viši sud u Delhiju ukinuo inkriminaciju istopolnih veza. Ta odluka je preinačena po nalogu Vrhovnog suda 2013. godine. Mnoge kompanije u Indiji objavile su reklame u kojima kritikuju odluku Vrhovnog suda, koja je trenutno pod razmatranjem.

Tanseem Nashrulla, „15 Heartening Ways Indian Brands and Bollywood Are Fighting“, *Buzzfeed*, decembar 2013, <http://www.buzzfeed.com/regaija/heartbreaking-responses-to-indias-ban-on-same-sex-interco>.
- 3) *Deutsche Bank* jedna je od nekoliko organizacija koje su odlučile da zamrznu svoje planove i otvore 250 novih radnih mesta u Severnoj Karolini nakon donošenja državnog zakona kojim se eliminiše zaštita od diskriminacije po osnovu seksualne orijentacije. https://www.db.com/newsroom_news/2016/medien/deutsche-bank-freezes-job-expansion-plans-in-north-carolina-en-11535.htm.
- 4) Usvajena 10. decembra 1948. Rezolucija GSUN br. 217 (A/RES/3/217/A).
- 5) Vodeći principi UN pozivaju državu da štiti ljudska prava a kompanije da poštuju ljudska prava tokom svog poslovanja i, tamo gde postoje nedostaci u odnosu na zaštitu i drugi nedostaci, da obezbede pravni lek. Kancelarija visokog komesara za ljudska prava, *Guiding Principles on Business and Human Rights* (Ženeva: Ujedinjene nacije, januar 2012), http://www.ohchr.org/Documents/Publications/GuidingPrinciplesBusinessHR_EN.pdf.
- 6) Lucy Amis, *A Guide for Business: How to develop a human rights Policy*, (Njujork: Kancelarija Globalnog dogovora UN, jun, 2011), 1-26, http://www.ohchr.org/Documents/Publications/DevelopHumanRightsPolicy_en.pdf.
- 7) *Corporate Social Responsibility (CSR) Europe*, „Assessing the Effectiveness of Company Grievance Mechanisms“ (Brisel: CSR Europe, decembar 2013), <https://www.csreurope.org/sites/default/files/Report%20Summary-%20Management%20of%20Complaints%20assessment-%20final%20Dec%202013.pdf>.
- 8) Kompanije koje traže informacije o uslovima za određene zemlje treba da konsultuju resurse lokalnih LGBTI organizacije, kao i onlajn resurse poput kratkih prikaza situacije po zemljama organizacije *Stonewall*.

Global Workplace Briefings, Stonewall, pristupljeno 7. avgusta 2017, <https://www.stonewall.org.uk/global-workplace-briefings>; *Maps: Sexual Orientation Laws*, ILGA, pristupljeno 7. avgusta 2017, <http://ilga.org/what-we-do/maps-sexual-orientation-laws/>; *Comparative Data on 190 Countries Worldwide*, TGEU, pristupljeno 7. avgusta 2017, <http://transrespect.org/en/>; *Employers Guide to Intersex Inclusion*, OII, 8. oktobar, 2014, <https://oii.org.au/employer/>.
- 9) Kancelarija visokog komesara za ljudska prava takođe je objavila vodič za tumačenje odgovornosti kompanija da poštuju ljudskih prava kao što je navedeno u Vodećim principima UN: *The Office of the High Commissioner for Human Rights (OHCHR)*, „The corporate responsibility to respect human rights: an interpretive Guide“, (Ženeva: Ujedinjene nacije, jun 2012), <http://www.ohchr.org/Documents/Issues/Business/RtRInterpretativeGuide.pdf>.
- 10) Siže sudske prakse i preporuka mehanizama ljudskih prava UN o ovom pitanju nalaze se u publikaciji Kancelarije za ljudska prava UN pod nazivom „Rođeni slobodni i jednaki“: *The Office of the United Nations High Commissioner for Human Rights*, „Born Free and Equal“, (Njujork: Ujedinjene nacije, jun 2012), <http://www.ohchr.org/Documents/Publications/BornFreeAndEqualLowRes.pdf>. Dodatne reference o međunarodnim standardima ljudskih prava koji se primenjuju, nalaze se u Jogjakarta principima:

Međunarodna komisija pravika i međunarodna služba za ljudska prava, „Jogjakarta principi“, Međunarodni panel eksperata iz međunarodnog prava ljudskih prava i o seksualnoj orijentaciji i rodnom identitetu, mart 2007, http://www.yogyakartaprinciples.org/wp-content/uploads/2016/08/principles_en.pdf.
- 11) *United Nations Reports*, Kancelarija visokog komesara Ujedinjenih nacija za ljudska prava, pristupljeno 2. avgusta 2017, <http://www.ohchr.org/EN/Issues/Discrimination/Pages/LGBTUNReports.aspx>.
- 12) Međunarodna organizacija rada, *ILO Declaration on Social Justice* (Ženeva: Međunarodna organizacija rada, jun 2008), Document3 http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---cabinet/documents/genericdocument/wcms_371208.pdf.
- 13) David Rock i Heidi Grant, „Why Diverse Teams Are Smarter“, *Harvard Business Review*, novembar 2016, <https://hbr.org/2016/11/why-diverse-teams-are-smarter>.

- 14) Charlie Ensor, „Homophobia Costs Countries \$100 billion a Year, Economist Argues“, *Humanosphere*, februar 2017, <http://www.humanosphere.org/human-rights/2017/02/homophobia-has-an-economic-cost-for-countries-economist-argues/>.
- 15) M.V. Lee Badgett et al., *The Relationship between LGBT Inclusion and Economic Development: An Analysis of Emerging Economies* (Los Angeles: The Williams Institute, 2014), <http://williamsinstitute.law.ucla.edu/wp-content/uploads/lgbt-inclusion-and-development-november-2014.pdf>.
- 16) Emma Mishel, „Discrimination against Queer Women in the US Workforce“, *SOCIOUS: Sociological Research for a Dynamic World*, januar 2016, doi:10.1177/2378023115621316.
- 17) Sylvia Ann Hewlett i Karen Sumberg, „For LGBT Workers, Being “out” Brings Advantages“, *Harvard Business Review*, avgust, 2011, <https://hbr.org/2011/07/for-lgbt-workers-being-out-brings-advantages>.
- 18) Sylvia Ann Hewlett i Kenji Yoshino, *Out in the World: Securing LGBT Rights in the Global Marketplace* (Njujork: Center for Talent Innovation, 2016), <http://www.talentinnovation.org/publication.cfm?publication=1510>.
- 19) Eric Berger i Nicole Douillet, „What’s the effect of pro-LGBT policies on stock Price?“, *Harvard Business Review*, jul, 2014, <https://hbr.org/2014/07/whats-the-effect-of-pro-lgbt-policies-on-stock-price>.
- 20) LGBT Capital, „Global LGBT (Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender) annual spending power (LGBT-GDP) estimated to be US\$3.7 trillion in new data from LGBT Capital“ (Hong Kong i London: 3. avgust, 2015), *LGBT Capital*, http://www.lgbt-capital.com/docs/LGBT-GDP_2015_Press_Release.pdf.
- 21) Harris Poll and Witeck Communications, „Large Majorities of Heterosexuals and Gays Likely to Consider a Corporate Brand that Provides Equal Workplace Benefits to All Employees, Including Gay and Lesbian Employees“, (Ročester: bivši naziv Harris Interactive and Witeck-Combs Communications, februar, 2007).
- 22) Harris Poll and Witeck Communications, *LGBT Adults Strongly Prefer Brands That Support Causes Important to Them and that also Offer Equal Workplace Benefits*, (Njujork i Vašington: bivši naziv Harris Interactive and Witeck-Combs Communications, jul, 2011). <http://communitymarketinginc.com/lgbt-research-practice/lgbt-research-downloads/>.
- 23) Hewlett i Yoshino, *Out in the World* (vidi fusnotu 18).
- 24) Radi ilustracije: u nekim zemljama, istopolni brak je dozvoljen, ali podrazumeva sterilizaciju trans osoba da bi dobile priznanje svog rodnog identiteta. U drugim zemljama, trans osobe imaju veću zaštitu. U mnogim zemljama, uključujući i one u kojima su prava lezbejki, gej, bi i trans osoba zaštićena, interseks osobe i dalje se suočavaju sa štetnim zdravstvenim praksama.
- 25) Na primer: „Workplace Resources“, *Stonewall*, pristupljeno 7. avgusta 2017, <http://www.stonewall.org.uk/our-work/workplace-resources>; „Trans Toolkit for Employers“, *Human Rights Campaign*, pristupljeno 7. avgusta 2017, <http://www.hrc.org/campaigns/trans-toolkit>; „Workplace Climate Resources“, *Human Rights Campaign*, pristupljeno 7. avgusta 2017, <http://www.hrc.org/resources/workplace-climate-resources>; „Transgender Law Center Model Employer Policy“, *Transgender Law Center*, pristupljeno 7. avgusta 2017, <https://transgenderlawcenter.org/resources/employment>; „Intersex Australia and Pride in Diversity Guide to Intersex Inclusion for Employers“, *OII Australia*, oktobar 2014, <https://oii.org.au/employer/>.
- 26) Međunarodna konfederacija sindikata, *Building Workers’ Power* (Berlin: ITUC, maj 2014), <http://www.ituc-csi.org/IMG/pdf/ituc-3co-e-5-congressstatement-en-210x297-01-140819.pdf>.

Dodatno, Kongres sindikata usvojio je „Povelju o solidarnosti lezbejki, gej, biseksualnih i transdžender osoba“: *Trades Union Congress, „International LGBT solidarity, a trade union Charter“*, Kongres sindikata, mart, 2015, <https://www.tuc.org.uk/sites/default/files/LGBTTUCharter.pdf>.
- 27) *Pride*, režija Matthew Warchus (2013; London: *Pathé International*).
- 28) Claire House, „A6: Community Engagement across Your Global Footprint“, *Stonewall*, april 2016, https://www.stonewall.org.uk/sites/default/files/session_a6_community_engagement_across_your_global_footprint.pdf.
- 29) Međunarodna konfederacija sindikata, *Scandal inside the Global Supply Chains of 50 Top Companies* (Brisel: Međunarodna konfederacija sindikata, 2016) http://www.ituc-csi.org/IMG/pdf/pdffrontlines_scandal_en-2.pdf.
- 30) Izveštaj Međunarodne organizacije rada (ILO) o promenljivoj prirodi poslova ističu da procene poslova u globalnom lancu snabdevanja treba tumačiti kao veću procenu stvarnog broja poslova povezanih sa globalnim lancima snabdevanja u analiziranim ekonomijama – odnosno 40 zemalja čini 85 odsto svetskog BDP-a i pokriva dve trećine globalne radne snage. Međunarodna kancelarija rada, *World Employment and Social Outlook: The Changing Nature of Jobs* (Ženeva: Međunarodna kancelarija rada, 2015), 133, http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_368626.pdf.
- 31) Organizacija akcionara As You Sow koja se bavi zastupanjem zabeležila je u svom desetom godišnjem *Proxy Review* izveštaju da je 2015. godine bilo 17 zahteva za formalnu zaštitu LGBT zaposlenih, a polovina kompanija

- kojima su bili upućeni već se sa njima složila – uključujući i kompaniju *ExxonMobil* nakon dugog oklevanja, koja je promenila politiku nakon više od decenije predlaganja. <http://www.proxypreview.org/wp-content/themes/nanica/download/download-attachment-2016.php>.
- 32) *Clean Yield Asset Management*, „Copy of Letter for CY Website“, *Clean Yield Asset Management*, novembar 2014, <http://cleanyield.com/assets/Copy-of-letter-for-CY-web-site-2.pdf>.
- 33) Direktor kompanije *Starbucks*, Howards Schultz, godišnji sastanak kompanije *Starbucks*, Sijetl, maj 2013, https://www.bizjournals.com/seattle/video/c1eDBjYTo4LXS3loL7s_pSdNyONvOFwF?autoplay=.
- 34) Lisa Van Beek, Alessandra Cancedda i Carlien Scheele, *The Business Case for Diversity in the Workplace: Sexual Orientation & Gender Identity* (Brisel: Evropska komisija, 26. septembar 2016), http://ec.europa.eu/justice/discrimination/files/report_companies_final_en.pdf, Vivian Hunt, Dennis Layton i Sara Prince, „Why Diversity Matters“, *McKinsey and Company*, januar 2015, <http://www.mckinsey.com/business-functions/organization/our-insights/why-diversity-matters>; Tim Smedley, „The Evidence Is Growing – There Really is a Business Case for Diversity“, *Financial Times*, 14. maj 2014, <https://www.ft.com/content/4f4b3c8e-d521-11e3-9187-00144feabdc0>.
- 35) „Human Rights Reporting Assurance Frameworks Initiative“, *Shift Project*, novembar 2012, <https://www.shiftproject.org/resources/collaborations/human-rights-reporting-assurance-frameworks-initiative/>.
- 36) „Corporate Human Rights Benchmark“, *Business & Human Rights Resource Center*, mart 2017, <https://businesshumanrights.org/en/chrb>.
- 37) Kancelarija visokog komesara za ljudska prava, *Report of the High Commissioner for Human Rights: Discrimination and Violence against Individuals Based on Sexual Orientation and Gender Identity* (A/HRC/29/23) (Njujork: Savet Ujedinjenih nacija za ljudska prava, maj 2015) http://www.ohchr.org/EN/HRBodies/HRC/RegularSessions/Session29/Documents/A_HRC_29_23_en.doc.
- 38) James I. Charlton, *Nothing about Us without Us: Disability Oppression and Empowerment* (Berkl: University of California Press, avgust 2000). http://www.ohchr.org/EN/HRBodies/HRC/RegularSessions/Session29/Documents/A_HRC_29_23_en.doc.
- 39) U jednom slučaju u Africi, menadžerku je otpustio poslodavac nakon što je njena partnerka, poznata ličnost, „autovana“ u lokalnim medijima. Od bivše menadžerke, sada aktivistkinje, zatraženo je da da otkaz istog dana, a ona je pronašla da nema pravno sredstvo da se bori protiv otpuštanja. Njoj je rečeno da „nije dobro za javni ugled kompanije da zapošljava takvu vrstu osobe“, iako je kompanija imala progresivne antidiskriminacione politike. (Konsultacije OHCHR o Standardima ponašanja, 2016).
- 40) ILGA, „*Sexual Orientation Laws in the World-Criminalisation*“, Međunarodna asoocijacija lezbejki, gej, biseksualnih, trans i interseks osoba (*International Lesbian, Gay, Bisexual, Trans, and Intersex Association*, ILGA), maj 2017, http://ilga.org/downloads/2017/ILGA_WorldMap_ENGLISH_Criminalisation_2017.pdf.
- 41) Grupa za zastupanje organizacije *Stonewall* objavljuje globalni indeks ravnopravnosti na radnom mestu (*Global Workplace Equality Index*), koji deli teritorijalne jurisdikcije na zone ukazujući na različite izazove sa kojima se organizacije suočavaju u svom radu na globalnom nivou. U zemljama 1. zone, istopolne veze su legalne i postoji jasna zaštita pri zapošljavanju po osnovu seksualne orijentacije na nacionalnom nivou. U zemljama 2. zone, istopolne veze su legalne ali ne postoji jasna zaštita pri zapošljavanju na nacionalnom nivou, dok su u zemljama 3. zone istopolne veze ilegalne. <http://www.stonewall.org.uk/global-workplace-equality-index>.
- 42) OHCHR, „*Living Free and Equal: What States Are Doing to Tackle Violence and Discrimination against Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender and Intersex People*“, Kancelarija Ujedinjenih nacija za ljudska prava, novembar 2016, <http://www.ohchr.org/EN/Issues/Discrimination/Pages/LivingFreeEqual.aspx>; Zhan Chiam, Sandra Duffy i Matilda González Gil, „*Trans Legal Mapping Report: Recognition before the Law*“, ILGA, novembar 2016, <http://ilga.org/what-we-do/gender-identity-and-gender-expression-program/translegal-mapping-report/>; „*Comparative Research Data on 190 Countries Worldwide*“, *Trans Respect versus Transphobia Worldwide* (TGEU), 2017, <http://transrespect.org/en/>.
- 43) Evropska agencija za temeljna prava, *Being Trans in the European Union: Comparative analysis of EU LGBT Survey Data* (Luksemburg: Kancelarija za publikacije Evropske unije, 2014), <http://fra.europa.eu/en/publication/2014/being-trans-eu-comparative-analysis-eu-lgbt-survey-data>.
- 44) OHCHR, „*Living Free and Equal: What States are Doing to Tackle Violence and Discrimination against Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender and Intersex People*“, Kancelarija Ujedinjenih nacija za ljudska prava, novembar 2016, <http://www.ohchr.org/EN/Issues/Discrimination/Pages/LivingFreeEqual.aspx>.
- 45) Cisđender je reč koja opisuje osobu koja nije transrodna.
- 46) Brendan Snyder, „*LGBT Advertising: How Brands are Taking a Stance on Issues*“, *Think with Google*, mart 2015, <https://www.thinkwithgoogle.com/consumer-insights/lgbt-advertising-brands-taking-stance-on-issues/>.

- 47) Stonewall i Simmons & Simmons, „*Embedding LGBT Equality into Procurement Practices and Supply Chain Management*“, Stonewall, 2016, https://www.stonewall.org.uk/sites/default/files/simmons_simmons_-_embedding_lgbt_equality_into_procurement_practices_and_supply_chain_management.pdf.
- 48) Odeljak 377A Krivičnog zakonika Singapura najvažniji je preostali zakon koji inkriminiše seks između saglasnih odraslih muškaraca. Premijer Singapura, Li Šijen Lung, jednom prilikom rekao je da „ima prostora za gej zajednicu [u Singapuru], ali ne bi trebalo da se suviše zalažu za ovu agendu jer ukoliko budu, doći će do veoma snažnog otpora...“ <https://www.straitstimes.com/singapore/singapore-not-ready-for-same-sex-marriage-as-society-is-still-conservative-pm-lee>.
- 49) Christy Mallory i Brad Sears, „*Discrimination, Diversity, and Development: the Legal and Economic Implications of North Carolina's HB2*“, The Williams Institute i Out Leadership, maj 2016, http://williamsinstitute.law.ucla.edu/wp-content/uploads/Discrimination-Diversity-and-Development_The-Legal-and-Economic-Implications-of-North-Carolinas-HB2.pdf.

KANCELARIJA VISOKOG KOMESARA ZA LJUDSKA PRAVA
PALAIS DES NATIONS. CH 1211 GENEVA 10 – SWITZERLAND

Free&Equal kampanja Kancelarije UN za ljudska prava usmerena je na borbu protiv stigmatizacije i diskriminacije LGBTI osoba na globalnom nivou. Ukoliko želite da saznate više i da se uključite, posetite **unfe.org**.

Upotrebljene odrednice i prezentovani materijal u ovom izveštaju ne podrazumevaju izražavanje bilo kakvog mišljenja od strane Kancelarije visokog komesara za ljudska prava po pitanju pravnog statusa bilo koje zemlje, teritorije, grada odnosno područja, niti njihovih organa, odnosno po pitanju razgraničenja graničnih linija i granica.

Proizvela Kancelarija visokog komesara za ljudska prava
Kreativno usmerenje / dizajn: *WINER IDEAS*, Njujork
Ilustracija na naslovnoj strani: Paul Wearing
Fotografije: UN Building/Rick Bajornas; Zeid Ra'ad Al Hussein/Justin Lane
Štampao Međunarodni trening centar Međunarodne organizacije rada (ILO/ITC)
Štampa: MaxNova Beograd
Verziju na srpskom jeziku omogućila: Kancelarija UN u Srbiji

Kancelarija
Ujedinjenih nacija za
ljudska prava htela
bi da oda priznanje
Institutu za ljudska
prava i poslovanje
na ulozi u izradi
ovog izveštaja i
konsultacijama
koje su prethodile
njegovoj pripremi.
Hvala Denu
Brosu na podršci
i smernicama, a
kompanijama i
organizacijama
*Microsoft, Godrej
Industries, Baker
McKenzie, EY,
Stonewall, ACON*
i *Out Leadership*
na saradnji u
organizaciji
konsultativnih
sastanaka i/
ili događaja,
kao i preko
100 kompanija
i nevladinih
organizacija koje
su učestvovala
u regionalnim
konsultativnim
sastancima i/
ili poslale
svoj doprinos
elektronskim putem.
Hvala takođe
Vladi Norveške,
kompaniji *Microsoft*
i *Rafto fondaciji*
na finansijskoj i/ili
drugoj materijalnoj
podršci za ovu
inicijativu.

Njujork, 2017

© 2017 United Nations
Worldwide rights reserved



UNITED NATIONS
HUMAN RIGHTS
OFFICE OF THE HIGH COMMISSIONER

PET STANDARDA PONAŠANJA ZA PREDUZEĆA

1 **poštovanje**
LJUDSKIH PRAVA

2 **eliminisanje**
DISKRIMINACIJE

3 **pružanje**
PODRŠKE

4 **sprečavanje**
DRUGIH KRŠENJA
LJUDSKIH PRAVA

5 **delovanje**
U JAVNOJ SFERI