

■ **Wagner Pralon Mancuso¹, Rodrigo Rossi Horochovski² e Neilor Fermino Camargo³**

Financiamento eleitoral empresarial direto e indireto nas eleições nacionais de 2014

Introdução

O dinheiro e a política têm numerosas interfaces, as quais têm sido estudadas na literatura de ciência política internacional e nacional (Przeworski, 2012; Schneider, 2004). O financiamento eleitoral é uma das interfaces que tem recebido muita atenção da literatura, no Brasil e fora dele. Este trabalho focaliza o financiamento eleitoral empresarial no Brasil como modalidade de interação do mundo dos negócios com o mundo da política, modalidade que foi admitida pelo ordenamento jurídico nacional entre 1994 e 2014⁴. Ao longo deste período, o dinheiro empresarial predominou incontestavelmente nas campanhas eleitorais no país, tanto em eleições anteriores (Santos, 2009; Mancuso et al., 2016), quanto na de 2014, aqui analisada (Mancuso, 2015; Mancuso, Horochovski, e Camargo, 2016; Santos, 2018).

1 Professor e Orientador nos Programas de Pós-Graduação de Ciência Política (FFLCH) e Relações Internacionais (IRI) da Universidade de São Paulo, São Paulo, SP, Brasil.

2 Professor associado no curso de graduação em Gestão Pública e nos Programas de Pós-Graduação em Ciência Política (PPGCP) e em Desenvolvimento Territorial Sustentável (PPGDTS) da Universidade Federal do Paraná (UFPR), Paraná, PR, Brasil.

3 Doutorando no Programa de Pós-Graduação em Ciência Política, Universidade Federal do Paraná (UFPR), Paraná, PR, Brasil.

4 As eleições de 2014 foram as últimas em que as doações de empresas para campanhas foram permitidas no Brasil. O Supremo Tribunal Federal (STF) proibiu esta modalidade de financiamento, no julgamento da Ação Direta de Inconstitucionalidade (ADI) nº 4.650, impetrada pela Ordem dos Advogados do Brasil. O Congresso Nacional tentou restabelecer as doações empresariais na chamada minirreforma política (Lei 13.165/2015). No entanto, este dispositivo foi vetado pela então presidenta Dilma Rousseff, e a lei manteve a proibição em tela.

Por que, afinal, empresas financiam a política? De acordo com McMenemy (2012), na maior parte dos casos essas organizações agem pragmaticamente e visam, principalmente, à ampliação dos lucros de seus proprietários. Seguem, portanto, uma lógica econômica, voltada tanto ao processo legislativo concernente aos seus interesses, quanto à alocação de recursos estatais de que se podem beneficiar. Desse modo, para o autor, as empresas diferem dos indivíduos, cuja motivação principal para financiar a política seria mais ideológica – por exemplo, a defesa geral da economia de mercado, no caso de empresários. Do ponto de vista da qualidade da democracia, que normativamente pressupõe a igualdade política, tal dinâmica introduz a prevalência do dinheiro e uma forte desigualdade de influência política, especialmente em sociedades com grandes diferenças econômicas entre sua população (Przeworski, 2012).

Voltando ao caso brasileiro, pode-se supor que, por meio de doações diretas, as organizações empresariais exprimiam sua preferência por candidatos específicos, visando a influenciar a chance de sucesso eleitoral e, posteriormente, o comportamento de agentes responsáveis pelos processos decisórios relacionados aos interesses apontados por McMenemy (2012). Da mesma forma, por meio de doações para partidos, as empresas manifestavam sua opção por determinadas agremiações, em função da capacidade destas de articular e coordenar a produção de políticas públicas.

No Brasil, até 2014, empresas puderam doar recursos financeiros para campanhas eleitorais, seja destinando-os diretamente a candidatos, seja orientando-os para partidos e comitês financeiros coletivos. Antes de 2014, não havia, entretanto, como identificar todo o caminho percorrido pela parte das doações empresariais que era oferecida aos partidos e, posteriormente, repassada por eles para candidaturas específicas. Até então, os partidos não eram obrigados a declarar a origem dos recursos que transferiam aos candidatos. Em função disso, mídia, juristas e acadêmicos desconfiavam que tais transferências pudessem representar doações empresariais

ocultas ou dissimuladas para candidaturas específicas⁵. Por meio desse artifício, financiadores de campanha e candidatos buscariam esconder os vínculos entre si. Entre as possíveis razões para este comportamento, estaria o intuito das empresas de não serem diretamente vinculadas a determinados candidatos e, por parte dos candidatos, o de ocultar sua dependência de interesses empresariais num eventual mandato. Ao mediar as doações, os partidos ocultariam a ligação entre os polos doador e receptor.

Para fazer face a essa desconfiança crescente, a Resolução nº 23.406/2014 do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) obrigou os prestadores de contas a informar a origem dos recursos que recebiam de um doador e repassavam para um destinatário, de modo que o processo de prestação de contas tornou-se mais transparente. Isso permitiu responder, com maior precisão, a seguinte questão: Qual é o perfil dos candidatos que mais recebem recursos financeiros para tocar suas campanhas eleitorais?

Estudar os determinantes do financiamento eleitoral, inclusive do financiamento eleitoral empresarial direto, não é uma novidade (Bandeira-de-Mello e Marcon, 2005; Bandeira-de-Melo et al., 2006; Boas, Hidalgo e Richardson, 2014; Santos, 2009; Mancuso et al., 2016; Mancuso e Speck, 2015; Mezzarana, Flavia Spinelli, 2011; Rocha, 2011; Santos, Silva e Rocha, 2015; Santos, 2011; Santos, 2012; Speck e Sacchet, 2012). Ocorre que, nas eleições de 2014, tornou-se possível também estudar os determinantes do financiamento eleitoral empresarial indireto – isto é, mediado pelos partidos. Ou seja, com a identificação dos doadores originários, viabilizada pela resolução do TSE, passou a ser possível comparar o perfil dos candidatos beneficiados pelas doações empresariais diretas e indiretas. Com foco nos candidatos a deputado federal em 2014, o objetivo deste trabalho é justamente comparar, de forma inédita, a lógica que rege essas duas formas de investimento eleitoral regado com dinheiro das empresas: aquela que é feita pelos empresários sem mediações, e aquela que é mediada por dirigentes partidários.

5 Clève (2016) sintetiza esses argumentos.

Afinal, empresários e dirigentes partidários têm as mesmas prioridades na distribuição dos recursos eleitorais, ou adotam comportamentos distintos? A repartição de recursos empresariais operada por dirigentes partidários é orientada por valores democráticos, tais como a inclusão de segmentos sociais historicamente sub-representados e a promoção da competição política em níveis mais equilibrados (inclusive dentro das próprias fileiras)? Ou, ao contrário, esta repartição reforça tendências opostas, tais como a consolidação de uma elite política pertencente a segmentos sociais historicamente privilegiados? Se o perfil do candidato contemplado por doações diretas e indiretas é o mesmo, o que pode explicar essa convergência? Empresários e dirigentes partidários poderiam adotar comportamentos semelhantes inspirados por lógicas diferentes? Estas são perguntas que o presente trabalho pretende responder, com vistas a contribuir para o acúmulo de conhecimento sobre o assunto estudado.

A ideia central do artigo, desdobrada em hipóteses apresentadas na terceira seção do texto, é que os determinantes do financiamento eleitoral, bem apontados pela literatura, operam de forma similar em ambos os tipos de doação. Os determinantes estudados são de natureza política (capital eleitoral, pertença à base e porte do partido) e de natureza sociográfica (sexo, cor da pele e escolaridade). Embora com propósitos distintos, empresas e partidos distribuem os recursos que comandam para candidatos com perfil semelhante, reforçando assim a consolidação de uma elite política, ao invés de promoverem a democratização no acesso aos recursos eleitorais, a competição política e a inclusão de novos atores com perfil historicamente sub-representado. Como apontado anteriormente por McMenamín, a razão das empresas é maximizar o investimento em candidatos que possuem maior chance de serem eleitos e que poderão, no futuro, cuidar de seus interesses. Já os partidos buscam maximizar suas bancadas e, assim, aumentar o acesso a recursos de poder valorizados, que podem ser utilizados, no futuro, para manter ou aumentar a força eleitoral das agremiações (por exemplo: acesso a um maior quinhão do fundo partidário e do horário gratuito de propaganda eleitoral, poder de barganha com o

executivo federal por cargos na administração pública (Figueiredo e Limongi, 2001) e posições de destaque no interior da Câmara, que observam o princípio da proporcionalidade partidária, tais como cargos na Mesa Diretora e em comissões permanentes ou especiais).

Para a operacionalização da pesquisa, efetuamos um conjunto de procedimentos. O primeiro, foi a coleta de dados presentes nas planilhas de prestação de contas relativas às receitas de candidatos, partidos e comitês, bem como de perfil de candidaturas referentes a todas as unidades federativas do Brasil. A seguir, os dados foram organizados em um único banco, por meio da junção das planilhas a partir dos identificadores únicos dos candidatos como chave primária, usando para isso o gerenciador de banco de dados PostgreSQL. Sobre a tabela resultante, aplicamos um filtro, mantendo apenas as receitas obtidas pelos candidatos a deputado federal e seus respectivos atributos de perfil (sexo, cor, escolaridade, partido, relação com o governo (situação/oposição) e capital político). Executamos, então, dois modelos de análise multivariada, com o pacote estatístico SPSS. Em ambos, as variáveis independentes são as mesmas, compondo o perfil pessoal e político dos candidatos a deputado federal em 2014. O que muda é a variável dependente: no primeiro, as doações empresariais diretas; no segundo, as doações empresariais indiretas.

O artigo está dividido nas seguintes seções: 1) descrição do sistema eleitoral para Deputado Federal e do modelo de financiamento que vigeu nas eleições de 2014; 2) apresentação e análise dos resultados, em que detalhamos as hipóteses de trabalho e os procedimentos de pesquisa; 3) considerações finais.

O desenho institucional do financiamento eleitoral e das eleições para deputado federal em 2014

O Brasil historicamente consolidou um modelo misto de financiamento eleitoral, que combina fontes privadas e públicas. Nas eleições de 2014, tal como vinha ocorrendo desde 1994, as campanhas puderam contar com quatro fontes principais de recursos: de um lado, pessoas jurídicas (empresas privadas), pessoas físicas (ou

seja, cidadãos/eleitores) e os próprios candidatos, representando as fontes privadas de recursos eleitorais; de outro lado, recursos do fundo partidário, representando a fonte pública. Houve, também, outras fontes de receita – comercialização de bens e/ou serviços, promoção de eventos de arrecadação, receitas de aplicações financeiras e doações pela internet – que, contudo, tiveram importância ínfima, representando conjuntamente um valor inferior a 0,1% do total de recursos eleitorais em 2014.

No que se refere às fontes privadas de receita eleitoral, todo o regramento foi definido pela Lei nº 9.504/1997 (Lei das Eleições) (Brasil, 1997). As empresas puderam doar até 2% de seu faturamento bruto apurado no ano anterior ao das eleições e declarado à Receita Federal. Desse modo, por exemplo, uma empresa que declarou um faturamento bruto de um bilhão de reais em 2013 pôde doar até 20 milhões em 2014. O limite para as doações de pessoas físicas foi de 10% dos rendimentos brutos declarados ao fisco no ano anterior. Assim, um cidadão cujo rendimento bruto em 2013 somou 100 mil reais pôde despendar até 10 mil reais em doações de campanha. Por sua vez, os candidatos puderam fazer autodoações com recursos próprios até o teto de gastos definido pelo partido para cada cargo em disputa. Assim, se um partido estipulou em um milhão de reais o teto de gastos para uma campanha a deputado federal em 2014, todo esse montante pôde vir do bolso do próprio candidato.

Quanto à fonte pública de receita eleitoral então prevalecente, o Fundo Partidário é disciplinado por diversos itens da Lei 9.096/1995 (Lei dos Partidos Políticos) (Brasil, 1995) e é formado, principalmente, por dotação orçamentária anual da União, cujo valor mínimo deve corresponder ao número de eleitores inscritos em 31 de dezembro do ano anterior ao da proposta orçamentária, multiplicado por R\$ 0,35, em valores de agosto de 1995, corrigidos pelo Índice Geral de Preços – Disponibilidade Interna (IGP-DI), calculado pelo Instituto Brasileiro de Economia da Fundação Getúlio Vargas (IBRE/FGV). O valor efetivo destinado anualmente ao Fundo Partidário costuma ser bem maior que este piso. O Fundo Partidário é distribuído pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE) da seguinte forma: 5% são divididos

igualmente entre todos os partidos e 95% são divididos na proporção dos votos obtidos pelos partidos na última eleição para a Câmara dos Deputados. Uma parte do valor recebido pelas agremiações pode ser aplicada em campanhas eleitorais.

Note-se que, para todas as fontes de receita, não houve limites nominais fixos para as doações –, tais limites variaram segundo a capacidade econômica do doador, no caso dos recursos privados, e a disponibilidade do fundo partidário, no caso dos recursos públicos. Como dito anteriormente, houve, contudo, um teto para as despesas eleitorais, correspondente a um valor definido e registrado pelos próprios partidos, para cada cargo, antes do início da campanha, de acordo com o Art. 18 da Lei das Eleições.

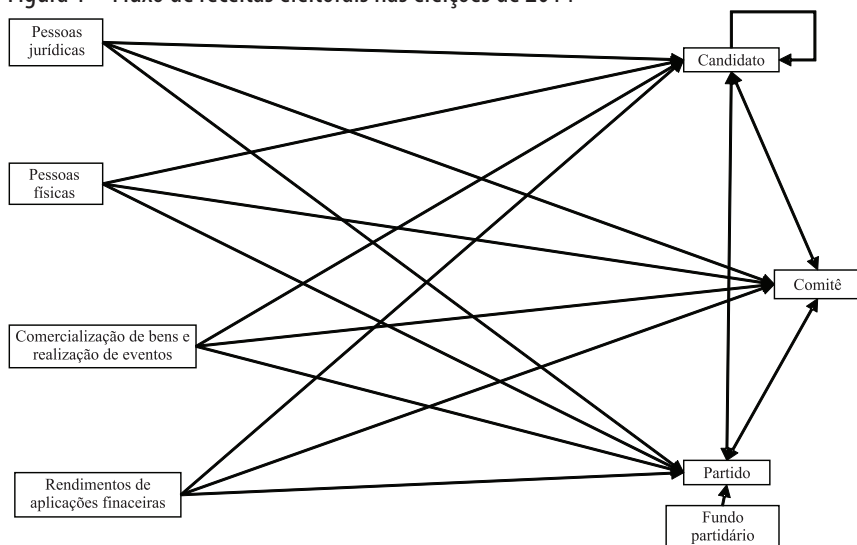
Os recursos eleitorais das fontes mencionadas acima puderam destinar-se a candidatos, partidos ou comitês. As doações puderam ser feitas diretamente em dinheiro ou em valores estimáveis em dinheiro – por exemplo, a doação de um serviço ou o empréstimo de um bem móvel ou imóvel, em que o destinatário estima o montante da doação em reais e lança este valor na planilha de prestação de contas entregue à justiça eleitoral.

Os destinatários das doações puderam repassar recursos para quaisquer outros candidatos, partidos e comitês⁶. Neste caso, os repasses precisaram ser declarados tanto nas prestações de conta dos repassadores quanto dos novos recebedores. Por exemplo, se uma empresa *X* doou um milhão de reais ao partido *Y* e este, por sua vez, dividiu essa doação em 10 repasses de 100 mil reais para 10 candidatos diferentes a deputado federal, então esses valores precisaram aparecer na declaração de receita do partido *Y* (uma doação de um milhão de reais), na declaração de despesas do partido *Y* (10 repasses de 100 mil reais) e na declaração de receitas dos 10 candidatos beneficiados (cada um declarando ter recebido 100 mil reais repassados pelo partido *Y* e originários da empresa doadora *X*). Tais repasses precisam ser descontados no momento do cálculo total das doações empresariais para a campanha de determinado ano

6 Comitês são organizações criadas para funcionar exclusivamente durante o período da campanha eleitoral. Sua função precípua é levantar recursos financeiros para as candidaturas.

eleitoral, para se evitar a contagem dos mesmos recursos diversas vezes. A figura 1 ilustra o fluxo geral das receitas eleitorais nas eleições de 2014.

Figura 1 – Fluxo de receitas eleitorais nas eleições de 2014



Fonte: Mancuso, Horochovski e Camargo (2016)

Em 2014, os deputados federais brasileiros foram eleitos mediante o sistema eleitoral proporcional de lista aberta. Para este cargo, as circunscrições eleitorais correspondem às unidades federativas (UFs) – 26 estados e o Distrito Federal. O mínimo de assentos que uma UF pode ter na Câmara dos Deputados é oito e o máximo é 70, em função de sua população. O total de cadeiras é 513.

Os partidos puderam lançar, isoladamente ou em coligações, uma lista de candidatos a deputado federal nas UF's em que estavam formalmente constituídos⁷. Por sua vez, cada eleitor teve apenas um voto, podendo votar em qualquer candidato de alguma lista partidária na UF em que estivesse alistado, ou então na legenda

7 Um partido podia lançar, isoladamente, até 1,5 vez o número de assentos em disputa, e uma coligação, até duas vezes este número.

do partido de sua preferência. Os votos dados a candidatos ou a legendas partidárias foram considerados votos válidos.

O total de votos válidos em cada UF foi dividido pelo número de assentos desta UF na Câmara dos Deputados, determinando-se, assim, o quociente eleitoral. Em seguida, o número de votos válidos obtido pelos partidos ou coligações em cada UF foi dividido pelo quociente eleitoral daquela UF, obtendo-se assim o quociente partidário, ou seja, o número de cadeiras da UF a que os partidos ou coligações tinham direito. Os candidatos eleitos foram os mais votados de cada partido ou coligação naquela UF, conforme o número de cadeiras conquistadas. As cadeiras eventualmente sobranes foram distribuídas pelo critério das maiores médias⁸.

Apresentação e discussão dos resultados

As eleições brasileiras de 2014 movimentaram aproximadamente 4,2 bilhões de reais em doações oficiais, como mostra a tabela 1⁹. Pouco mais de 3 bilhões de reais vieram dos cofres de empresas para as contas de candidatos, partidos políticos e comitês eleitorais, o que representa 72,9% do total de recursos. As três outras fontes principais, em ordem decrescente de valor, foram as doações de pessoas físicas (cerca de 556,9 milhões de reais, ou 13,4% do total), as doações dos candidatos com recursos próprios (por volta de 377 milhões de reais, ou 9,1% do total) e os recursos provenientes do Fundo Partidário (aproximadamente 189,3 milhões de reais, ou 4,5% do total). As demais fontes, juntas, somaram apenas cerca de 2,7 milhões de reais, ou 0,07% do total. A predominância do

8 Em 2014, este critério funcionou assim: o número de votos válidos obtidos pelos partidos ou coligações nas UFs com cadeiras sobranes foi dividido pelo número de cadeiras por eles obtidas via quociente partidário, mais o número de cadeiras sobranes por eles obtido pelo critério das maiores médias (que na primeira rodada de distribuição é igual a zero para todos os partidos e coligações), mais um. Cada cadeira sobranes foi para o partido ou coligação que obteve a maior média nesta divisão, a cada rodada de distribuição.

9 Além de doações oficiais, devidamente declaradas à justiça eleitoral, campanhas políticas de 2014 podem ter recebido doações não-oficiais, em quantidade muito difícil de mensurar – o que no Brasil, popularmente, se denomina de “caixa 2”. Este trabalho focaliza, exclusivamente, as doações oficiais, sem deixar de reconhecer a importância de investigações acadêmicas e judiciais que focalizem o lado obscuro do financiamento político no país.

dinheiro empresarial na eleição brasileira de 2014 foi, portanto, incontrastável.

Tabela 1 - Fontes de financiamento na eleição brasileira de 2014, em R\$

| Fontes | \$ | % |
|---|------------------|--------|
| Empresas | 3.031.864.138,09 | 72,92 |
| Pessoas físicas | 556.860.093,90 | 13,39 |
| Recursos próprios | 377.006.656,10 | 9,07 |
| Fundo partidário | 189.346.946,12 | 4,55 |
| Doações pela internet | 1.591.836,42 | 0,04 |
| Doações não identificadas | 641.549,83 | 0,02 |
| Rendimentos de aplicações financeiras | 452.993,52 | 0,01 |
| Comercialização de bens e realização de eventos | 2.230,00 | 0,00 |
| Total | 4.157.766.443,98 | 100,00 |

Fonte: Dados do TSE organizados pelos autores

A tabela 2 aponta que, do total de cerca de 4,2 bilhões de reais movimentados na eleição daquele ano, a disputa pelas 513 cadeiras da Câmara dos Deputados consumiu algo em torno de 1,2 bilhão de reais, o que corresponde a 27,9% daquele total. Do montante investido especificamente nas campanhas para deputado federal, pouco mais de dois terços vieram de doações empresariais – aproximadamente 782,2 milhões de reais – indicando, aqui também, a preponderância inquestionável dessa fonte de recursos. Conforme explicado anteriormente, as doações empresariais para candidaturas à Câmara seguiram dois caminhos: um caminho direto, que engloba a quantia de cerca de 343,6 milhões de reais fornecida pelos empresários aos candidatos, sem nenhuma intermediação; e outro caminho, indireto, que abarca a quantia de cerca de 438,6 milhões de reais destinada inicialmente pelas empresas a partidos políticos

e comitês financeiros coletivos¹⁰ e, posteriormente, repassada por esses agentes às candidaturas. A ideia da investigação é justamente comparar o perfil do candidato mais contemplado tanto por contribuições empresariais diretas quanto indiretas.

Tabela 2 - Financiamento eleitoral na campanha de 2014 para a Câmara dos Deputados, em R\$

| Doações empresariais | | | | Doações não empresariais | | Total | |
|----------------------|------|----------------|------|--------------------------|------|------------------|-------|
| Diretas | | Indiretas | | | | | |
| \$ | % | \$ | % | \$ | % | \$ | % |
| 343.625.523,39 | 29,6 | 438.617.013,83 | 37,7 | 379.811.745,03 | 32,7 | 1.162.054.282,25 | 100,0 |

Fonte: Dados do TSE organizados pelos autores

Sendo assim, a variável dependente desta pesquisa é o financiamento empresarial concedido de forma direta ou indireta (isto é, intermediado por dirigentes partidários) às 4.985 candidaturas a deputado federal deferidas pela justiça eleitoral brasileira no pleito de 2014.

Tabela 3 - Financiamento eleitoral empresarial na campanha de 2014 para a Câmara dos Deputados, por UF, em R\$

| UF | Cadeiras (A) | Candidatos (B) | Eleitores (C) | Doações diretas (D) | Doações indiretas (E) | Doação direta por candidato (D/B) | Doação direta por eleitor (D/C) | Doação indireta por candidato (E/B) | Doação indireta por eleitor (E/C) |
|----|--------------|----------------|---------------|---------------------|-----------------------|-----------------------------------|---------------------------------|-------------------------------------|-----------------------------------|
| | N | N | N | R\$ | R\$ | R\$ | R\$ | R\$ | R\$ |
| AC | 8 | 54 | 506.520 | 2.003.616,29 | 2.439.928,03 | 37.104,01 | 3,96 | 45.183,85 | 4,82 |
| AL | 9 | 78 | 1.995.153 | 2.931.871,29 | 11.142.017,26 | 37.588,09 | 1,47 | 142.846,38 | 5,58 |

10 Há comitês de dois tipos: um é individual, e arrecada para uma candidatura específica (por exemplo, comitê do candidato X a deputado federal), enquanto o outro é coletivo, e arrecada fundos simultaneamente para várias candidaturas (os comitês coletivos podem ser comitês financeiros únicos, que arrecadam para todos os cargos em disputa numa circunscrição eleitoral, ou comitês para cargos determinados em disputa numa circunscrição eleitoral, por exemplo: Comitê Financeiro para Deputado Federal do Partido Y no Estado Z). Neste trabalho, as doações empresariais dirigidas a comitês do primeiro tipo foram consideradas doações diretas. Já as contribuições empresariais destinadas a comitês do segundo tipo – administrados por dirigentes partidários – foram consideradas doações indiretas.

| | | | | | | | | | |
|-------|-----|-------|-------------|----------------|----------------|------------|------|------------|-------|
| AM | 8 | 65 | 2.225.630 | 6.556.070,00 | 8.224.742,23 | 100.862,62 | 2,95 | 126.534,50 | 3,70 |
| AP | 8 | 90 | 455.368 | 815.592,44 | 1.846.753,00 | 9.062,14 | 1,79 | 20.519,48 | 4,06 |
| BA | 39 | 211 | 10.179.390 | 18.508.826,28 | 39.221.645,80 | 87.719,56 | 1,82 | 185.884,58 | 3,85 |
| CE | 22 | 163 | 6.268.909 | 10.540.892,59 | 12.211.245,17 | 64.668,05 | 1,68 | 74.915,61 | 1,95 |
| DF | 8 | 114 | 1.895.697 | 5.015.707,04 | 5.327.357,45 | 43.997,43 | 2,65 | 46.731,21 | 2,81 |
| ES | 10 | 129 | 2.651.621 | 6.990.691,08 | 5.308.268,79 | 54.191,40 | 2,64 | 41.149,37 | 2,00 |
| GO | 17 | 76 | 4.329.834 | 24.381.199,03 | 13.132.806,60 | 320.805,25 | 5,63 | 172.800,09 | 3,03 |
| MA | 18 | 145 | 4.495.864 | 4.508.942,38 | 7.045.393,73 | 31.096,15 | 1,00 | 48.588,92 | 1,57 |
| MG | 53 | 529 | 15.236.578 | 61.338.383,45 | 44.228.953,24 | 115.951,58 | 4,03 | 83.608,61 | 2,90 |
| MS | 8 | 108 | 1.817.511 | 7.623.610,04 | 14.336.901,02 | 70.588,98 | 4,19 | 132.749,08 | 7,89 |
| MT | 8 | 73 | 2.188.283 | 8.342.036,19 | 4.845.631,00 | 114.274,47 | 3,81 | 66.378,51 | 2,21 |
| PA | 17 | 148 | 5.185.950 | 4.211.060,29 | 6.330.085,41 | 28.453,11 | 0,81 | 42.770,85 | 1,22 |
| PB | 12 | 75 | 2.834.782 | 2.477.485,14 | 8.252.451,08 | 33.033,14 | 0,87 | 110.032,68 | 2,91 |
| PE | 25 | 120 | 6.353.859 | 14.337.655,15 | 22.066.973,34 | 119.480,46 | 2,26 | 183.891,44 | 3,47 |
| PI | 10 | 76 | 2.344.476 | 5.362.571,59 | 10.463.859,46 | 70.560,15 | 2,29 | 137.682,36 | 4,46 |
| PR | 30 | 247 | 7.861.171 | 19.369.595,53 | 23.560.707,60 | 78.419,42 | 2,46 | 95.387,48 | 3,00 |
| RJ | 46 | 708 | 12.134.443 | 22.117.139,22 | 52.653.944,83 | 31.238,90 | 1,82 | 74.369,98 | 4,34 |
| RN | 8 | 69 | 2.326.583 | 1.543.425,64 | 8.846.613,80 | 22.368,49 | 0,66 | 128.211,79 | 3,80 |
| RO | 8 | 71 | 1.126.502 | 3.485.619,46 | 3.273.983,96 | 49.093,23 | 3,09 | 46.112,45 | 2,91 |
| RR | 8 | 74 | 299.411 | 1.383.292,00 | 3.625.970,95 | 18.693,14 | 4,62 | 48.999,61 | 12,11 |
| RS | 31 | 264 | 8.385.229 | 17.910.085,08 | 24.103.743,37 | 67.841,23 | 2,14 | 91.302,06 | 2,87 |
| SC | 16 | 102 | 4.855.732 | 7.853.381,89 | 16.206.825,92 | 76.993,94 | 1,62 | 158.890,45 | 3,34 |
| SE | 8 | 64 | 1.453.601 | 1.401.585,51 | 2.512.288,59 | 21.899,77 | 0,96 | 39.254,51 | 1,73 |
| SP | 70 | 1.090 | 31.979.717 | 78.462.739,73 | 83.138.809,62 | 71.984,16 | 2,45 | 76.274,14 | 2,60 |
| TO | 8 | 42 | 996.379 | 4.152.449,06 | 4.269.112,58 | 98.867,83 | 4,17 | 101.645,54 | 4,28 |
| Total | 513 | 4.985 | 142.384.193 | 343.625.523,39 | 438.617.013,83 | 68.931,90 | 2,41 | 87.987,36 | 3,08 |

Fonte: Dados do TSE organizados pelos autores

A tabela 3 mostra que há muita variação entre as UFs brasileiras, não apenas quanto ao montante de financiamento empresarial, direto e indireto, disponibilizado em cada uma delas, mas também quanto ao tamanho do eleitorado, bem como quanto ao número de cadeiras e de candidatos em disputa. Essa diversidade precisa ser levada em conta quando candidaturas de UFs diferentes são comparadas. Afinal, conforme explicado anteriormente, a UF é o *locus* que verdadeiramente importa, pois é ali que a disputa pelas cadeiras realmente acontece.

Para proceder à comparação, calcularam-se os Índices de Financiamento Empresarial Direto (IFED) e Indireto (IFEI) para cada um dos 4.985 candidatos¹¹. As fórmulas dos índices são as seguintes:

$$\text{IFED} = \text{RDC}/\text{DDC}$$

Onde:

RDC = Receita empresarial direta recebida pelo candidato

DDC = Doação empresarial direta média no estado

Um candidato do Amapá que recebeu 100 mil reais em financiamento empresarial direto obteve um IFED de 11,03, ou seja, a quantia por ele recebida foi cerca de 11 vezes maior que a doação empresarial direta média para os candidatos daquele estado (9.062,14 reais). Já um candidato de Goiás que recebeu 100 mil reais em financiamento empresarial direto obteve um IFED de 0,31, pois a quantia por ele recebida correspondeu a apenas 31% da doação empresarial direta média para os candidatos goianos (320.805,25 reais).

$$\text{IFEI} = \text{RIC}/\text{DIC}$$

Onde:

RIC = Receita empresarial indireta recebida pelo candidato

DIC = Doação empresarial indireta média no estado

Cálculo similar se aplica ao financiamento empresarial indireto. Um candidato amapaense que recebeu 100 mil reais em financiamento empresarial intermediado por agentes partidários alcançou um IFEI de 4,87, o que significa que a quantia por ele recebida é quase 5 vezes maior que a doação empresarial indireta média para os candidatos de seu estado (20.519,48 reais). No entanto, um candidato baiano que recebeu a mesma quantia alcançou um IFEI de 0,54, porquanto a quantia recebida representou 54% da doação empresarial indireta média destinada aos candidatos da Bahia (185.884,58 reais).

11 Estes índices relacionam-se com o Índice de Sucesso da Receita (ISR) apresentado em Sacchet e Speck (2012). A diferença é que estes autores usam o ISR para comparar o financiamento eleitoral obtido por homens e mulheres nas eleições proporcionais de 2006 (para deputado federal e estadual), ao passo que aqui usamos o IFED e o IFEI para comparar especificamente o financiamento eleitoral empresarial, direto e indireto, recebido pelos candidatos a deputado federal nas eleições de 2014.

Algumas variáveis independentes incluídas nos modelos consistem em características individuais dos candidatos. Algumas são de natureza sociográfica, tais como o subgrupo de sexo e cor da pele a que os candidatos pertencem, e o nível de escolaridade que possuem¹². Outra variável, de natureza política, indica a experiência eleitoral prévia dos sujeitos sob análise.

A literatura sobre financiamento eleitoral no Brasil tem destacado o efeito do sexo (Campos e Machado, 2015; Sacchet e Speck, 2012; Sacchet e Speck, 2011; Speck e Sacchet, 2012) e da cor da pele (Bueno e Dunning, 2017; Campos e Machado, 2015) sobre a quantidade de recursos de campanha recebidos pelas candidaturas. De acordo com a literatura disponível, as candidaturas femininas e não-brancas têm sido sistematicamente subfinanciadas no país. Esta, então, é a primeira hipótese (H1) testada neste artigo, a saber: todos os subgrupos de sexo e cor da pele são significativamente subfinanciados em relação aos homens brancos, tanto no que se refere ao financiamento empresarial direto, quanto ao indireto. As candidaturas foram classificadas em seis subgrupos: mulheres e homens brancos, pardos e pretos, conforme autoidentificação declarada à justiça eleitoral¹³. Para cada subgrupo foi criada uma “dummy”. Por exemplo, na variável “mulher preta”, apenas as candidatas pertencentes a esse subgrupo foram codificadas com 1, e os demais foram codificados com 0. O mesmo procedimento foi

12 Dados fornecidos pelo TSE disponibilizam mais duas informações sociográficas sobre os candidatos: ocupação e lista de bens. Optamos, entretanto, por não incluir essas informações em nossos modelos, pelas seguintes razões. Primeiro, porque não existe um critério inequívoco para que os candidatos declarem suas ocupações. Por exemplo, dois candidatos empresários que disputam a reeleição podem declarar ocupações completamente diferentes à justiça eleitoral: um como empresário e o outro como político. Segundo, porque há amplo consenso de que muitos candidatos subestimam os bens possuídos ao entregar suas declarações à justiça eleitoral. As declarações para o Imposto de Renda certamente são mais fidedignas, mas não estão disponíveis. Em resumo, não incluímos essas informações nos modelos porque respostas imprecisas poderiam pôr em risco o valor explicativo das variáveis em questão.

13 A justiça eleitoral brasileira solicita aos candidatos que declarem a cor de sua pele. As opções oferecidas são as categorias utilizadas pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a saber: branco, preto, pardo, amarelo ou indígena. Este artigo focaliza somente mulheres e homens que se autoidentificaram como brancos, pretos ou pardos. De acordo com a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) realizada pelo IBGE em 2014, esses seis subgrupos abarcam 99,1% da população brasileira. E, de acordo com os dados da justiça eleitoral, exatamente a mesma proporção de candidatos pertence a esses subgrupos.

aplicado a todos os subgrupos de sexo e cor. A categoria de referência utilizada foram os homens brancos.

A literatura também tem apontado associação positiva e significativa entre financiamento eleitoral e grau de instrução dos candidatos (Campos e Machado, 2015; Mancuso e Speck, 2015). De fato, as contribuições eleitorais parecem fluir com mais abundância para os candidatos mais escolarizados, porque esses seriam vistos pelos doadores como mais preparados para o trabalho de representação política. Assim, a segunda hipótese testada no artigo (H2) é que os candidatos pertencentes a subgrupos menos escolarizados são subfinanciados em relação aos candidatos que possuem ensino superior completo, em termos de financiamento empresarial direto ou indireto. Quanto à escolaridade, as candidaturas foram divididas em três subgrupos. O primeiro é formado por quem possui até o ensino fundamental completo. O segundo é composto pelos que possuem do ensino médio incompleto ao ensino superior incompleto. O terceiro grupo engloba exclusivamente quem possui ensino superior completo. Novamente, uma variável “dummy” foi criada para cada subgrupo. Os candidatos com ensino superior completo foram tomados como categoria de referência.

Talvez a ideia mais consolidada na literatura seja a de que existe associação positiva e estatisticamente significativa entre o capital político acumulado pelos candidatos e o financiamento eleitoral por eles recebido (Araújo, Silotto e Cunha, 2015; Lemos, Marcelino e Pederiva, 2010; Mancuso e Speck, 2015; Marcelino, 2010). O mecanismo por trás dessa correlação seria a preferência dos doadores por investir em candidatos com viabilidade eleitoral previamente testada, seja para maximizar a probabilidade de investimento em candidaturas vencedoras, seja para recompensar candidatos cujo desempenho no mandato anterior tenha sido bem avaliado. Portanto, a terceira hipótese (H3) testada no artigo é que os candidatos desafiantes são subfinanciados em relação aos mandatários que disputam a reeleição. O subfinanciamento é ainda mais pronunciado para quem não se elegeu a nenhum cargo na eleição anterior e, principalmente, para quem sequer a disputou.

Mais uma vez criaram-se variáveis “dummy”, em que o valor 1 foi respectivamente atribuído àqueles que, na eleição de 2010: (i) não foram candidatos; (ii) foram candidatos a qualquer outro cargo, mas não se elegeram; (iii) foram candidatos a deputado federal, mas não se elegeram; (iv) foram candidatos a outro cargo, e se elegeram; e (v) foram candidatos a deputado federal, e se elegeram. A categoria de comparação utilizada foi a dos mandatários candidatos à reeleição.

Também foram incluídas nos modelos duas variáveis independentes referentes ao partido político dos candidatos. A primeira é a pertença do partido à base de apoio da presidência da república no Congresso Nacional, no momento em que a eleição foi realizada, isto é, no dia 05 de outubro de 2014. O impacto desta variável tem sido usualmente estudado pela literatura que trata de determinantes do financiamento eleitoral no Brasil (Lemos, Marcelino, e Pederiva 2010; Mancuso 2012; Samuels 2001). A hipótese adotada na literatura, e também testada neste trabalho (H4), é que a pertença à base está positivamente associada ao financiamento empresarial, tanto direto quanto indireto. Os empresários prefeririam financiar partidos da base por acreditar que esses têm maior chance de vitória (sobretudo quando o governo está bem avaliado), ou então como forma de recompensá-los por decisões favoráveis tomadas ao longo do mandato presidencial. Trata-se de uma variável “dummy”, em que os partidos da base foram codificados com 1, e os demais com 0¹⁴.

A segunda variável é o porte dos partidos, medido pelo tamanho das bancadas na Câmara no dia da eleição. A literatura tem associado a legenda partidária à quantidade de recursos recebidos por seus candidatos (Samuels, 2001; Lemos, Marcelino e Pederiva, 2010; Araújo, Silotto e Cunha, 2015; Mancuso e Speck, 2015). Então, a

14 Adotou-se aqui o critério utilizado pelo Banco de Dados Legislativos do Centro Brasileiro de Análise e Planejamento (CEBRAP) para identificar os partidos pertencentes à base do governo, qual seja, a posse de algum posto no gabinete ministerial. Sete partidos compunham a base de apoio à presidenta Dilma Rousseff no Congresso, no momento focalizado neste texto: Partido Comunista do Brasil (PC do B), Partido Democrático Trabalhista (PDT), Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB), Partido Progressista (PP), Partido da República (PR), Partido Republicano Brasileiro (PRB) e Partido dos Trabalhadores (PT).

hipótese adotada aqui (H5) é que o porte do partido está associado, de forma positiva e estatisticamente significativa, ao financiamento empresarial recebido, tanto direto quanto indireto. Os empresários prefeririam financiar candidatos de partidos grandes por considerar que a chance de vitória desses candidatos seria maior vis-à-vis a dos candidatos de partidos médios e pequenos. Os partidos foram divididos em três grupos quanto ao porte – pequenos, médios e grandes – criando-se, assim, três dummies¹⁵. Os partidos grandes foram tomados como grupo de comparação.

Tabela 4 – Regressão linear múltipla

| Variáveis independentes | Variável dependente | |
|---------------------------------|---------------------|--------------------|
| | IFED | IFEI |
| Mulher branca | -.535*** (,140) | -.431** (,139) |
| Homem pardo | -.416*** (,128) | -.530*** (,127) |
| Mulher parda | -.632*** (,180) | -.574*** (,179) |
| Homem preto | -.654** (,210) | -.417* (,208) |
| Mulher preta | -.659* (,270) | -.677* (,268) |
| Até ensino fundamental completo | -.409* (,179) | -.384* (,178) |

15 Para classificar os partidos em pequenos, médios e grandes, utilizou-se análise de conglomerados, com o método de aglomeração de cluster de K médias, em que K=3. Adotou-se 10 como número máximo de interações e a convergência foi atingida na quarta interação. Os partidos grandes são PT e PMDB. Os médios são Democratas (DEM), PP, PR, Partido Social Democrático (PSD) e Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB). Os outros 25 partidos são pequenos, a saber: PC do B, Partido Comunista Brasileiro (PCB), Partido da Causa Operária (PCO), PDT, Partido Ecológico Nacional (PEN), Partido Humanista da Solidariedade (PHS), Partido da Mobilização Nacional (PMN), Partido Pátria Livre (PPL), Partido Popular Socialista (PPS), PRB, Partido Republicano da Ordem Social (PROS), Partido Republicano Progressista (PRP), Partido Renovador Trabalhista Brasileiro (PRTB), Partido Socialista Brasileiro (PSB), Partido Social Cristão (PSC), Partido Social Democrata Cristão (PSDC), Partido Social Liberal (PSL), Partido Socialismo e Liberdade (PSOL), Partido Socialista dos Trabalhadores Unificado (PSTU), Partido Trabalhista do Brasil (PT do B), Partido Trabalhista Brasileiro (PTB), Partido Trabalhista Cristão (PTC), Partido Trabalhista Nacional (PTN), Partido Verde (PV) e Solidariedade (SD).

| | | |
|---|---------------------|---------------------|
| De ensino médio incompleto até ensino superior incompleto | -3,29** (,104) | -,122 (,103) |
| Não foi candidato em 2010 | -5,959*** (,197) | -6,727*** (,196) |
| Candidato a outro cargo em 2010, mas não se elegeu | -5,681*** (,247) | -6,249*** (,245) |
| Candidato ao mesmo cargo em 2010, mas não se elegeu | -5,555*** (,235) | -6,119*** (,234) |
| Candidato a outro cargo em 2010, e se elegeu | -2,918*** (,414) | -3,519*** (,411) |
| Coalizão de governo nas eleições de 2014 | -,117 (,133) | ,483*** (,132) |
| Partido pequeno nas eleições de 2014 | -1,079*** (,189) | -,376* (,187) |
| Partido médio nas eleições de 2014 | -,198 (,198) | ,585** (,197) |
| Constante | 7,705*** (,251) | 7,487*** (,249) |

Fonte: Dados do TSE organizados pelos autores

Erro padrão entre parênteses.

* $0,01 > p \leq 0,05$; ** $0,001 > p \leq 0,01$; *** $p \leq 0,001$

IFED: $N = 4.934$; $R^2 = 0,226$; R^2 ajustado = 0,224

IFEI: $N = 4.934$; $R^2 = 0,263$; R^2 ajustado = 0,261

A análise dos resultados apresentados na tabela 4 é fundamentada no trabalho de Gujarati (2004) sobre regressão linear múltipla com variáveis “dummy”¹⁶.

Os resultados oferecem fortes evidências em favor de duas hipóteses principais deste artigo. Com relação à H1, todos os subgrupos de sexo e cor da pele foram significativamente subfinanciados em relação ao subgrupo dos homens brancos, tanto no que se refere ao financiamento direto quanto ao indireto. Nas duas modalidades de financiamento, os subgrupos menos contemplados pelo dinheiro empresarial foram os das mulheres pardas, e, sobretudo, pretas. Dito de outra forma, nas eleições para a Câmara dos Deputados em 2014, o investimento eleitoral direto dos empresários fluiu significativamente

16 Na discussão a seguir não comparamos os coeficientes dos dois modelos. A ênfase é posta na presença (ou ausência) de associação estatisticamente significativa entre a variável dependente e as variáveis independentes em cada modelo. Agradecemos a um dos pareceristas anônimos por chamar a atenção para este ponto.

mais para os homens brancos, subgrupo de sexo e cor da pele que domina a representação política brasileira (Bohn, 2009; Bolognesi, Perissinotto e Codato, 2016; Braga e Nascimento, 2010; Campos, 2015; Campos e Machado, 2014; Johnson III, 2000; Mancuso e Speck, 2015; Paixão e Carvano, 2008; Sacchet e Speck, 2012; Speck e Mancuso, 2013; Speck e Mancuso, 2014; Speck, Sacchet e Santos, 2012), e os dirigentes partidários, ao distribuírem os recursos empresariais sob seu comando, não fizeram nada muito diferente.

As evidências disponíveis também sustentam vigorosamente H3. Em comparação com os mandatários que disputaram a reeleição para a Câmara em 2014, os desafiantes que não concorreram a nenhum cargo em 2010 foram os menos financiados por recursos empresariais, tanto diretos quanto indiretos. Em seguida vieram os desafiantes que, na eleição de 2010, concorreram respectivamente a outros cargos ou ao mesmo cargo, mas, no entanto, foram derrotados. A diferença observada foi menor, porém ainda assim estatisticamente significativa, em relação aos desafiantes eleitos para outros cargos em 2010 e que, em 2014, resolveram pleitear uma cadeira para a Câmara dos Deputados. Ou seja, ao distribuírem recursos empresariais na campanha de 2014, tanto os empreendedores quanto os dirigentes partidários mostraram um viés favorável à conservação do *status quo*, e preferiram apostar na preservação de mandatos, em vez de investir na renovação política, promovendo condições de disputa mais equitativas entre mandatários e desafiantes.

Quanto à H2, os resultados a sustentam parcialmente. De fato, tanto os empresários quanto os dirigentes partidários que comandaram recursos empresariais privilegiaram candidatos que possuíam ensino superior completo, em detrimento daqueles que concluíram, no máximo, o ensino fundamental. No entanto, algo diferente se verifica quando o grupo de referência é comparado àqueles que possuem do ensino médio incompleto ao ensino superior incompleto: embora este grupo de escolaridade intermediária também tenha sido subfinanciado por empresários e dirigentes partidários, a diferença observada não é estatisticamente significativa, ao menos

no que se refere à distribuição de recursos empresariais operada no interior dos partidos.

Em síntese, não parece ser muito diferente a lógica seguida por dirigentes empresariais e partidários na hora de distribuir os recursos que comandam entre as candidaturas. O empresariado tende a apostar em “mais do mesmo” – isto é, homens brancos, altamente escolarizados, que lutam para se manter na Câmara dos Deputados – e os dirigentes partidários não contrabalançam essa tendência; pelo contrário, reforçam-na.

Em 2014, os candidatos lançados por partidos da situação foram ligeiramente menos contemplados por doações empresariais diretas que os candidatos dos partidos de oposição, mas a diferença observada entre eles não foi estatisticamente significativa. Portanto, este resultado não sustenta H4. Todavia, algo muito diverso se observa em relação às doações empresariais indiretas. De fato, os candidatos de partidos da situação foram significativamente mais contemplados que os de oposição por recursos empresariais distribuídos por dirigentes partidários – ou seja, exatamente no sentido previsto por H4. Isto sugere que, nas últimas eleições para a Câmara, o empresariado preferiu financiar candidatos situacionistas por intermédio de suas organizações partidárias, talvez para criar vínculos mais institucionais que pessoais com os partidos no poder, ou talvez para não se expor à crítica de excessiva relação direta com candidatos ligados ao governo de plantão. Contudo, a causa efetiva desse comportamento ainda precisa ser mais bem investigada junto a empresários e dirigentes de organizações partidárias.

Por fim, candidatos de partidos pequenos foram significativamente subfinanciados em relação aos candidatos de partidos grandes, tanto no que se refere às contribuições empresariais diretas quanto indiretas. Este resultado sustenta parcialmente H5. Os candidatos de partidos médios também receberam menos doações empresariais diretas que os candidatos de partidos grandes, porém a diferença encontrada não é estatisticamente significativa. Já no caso das doações empresariais indiretas, ocorre o contrário do previsto pela H5: os candidatos de partidos médios receberam

significativamente mais doações deste tipo que os candidatos de partidos grandes, provavelmente porque entre os partidos de porte médio (ver nota de rodapé n. 15) encontravam-se agremiações de oposição e de situação abundantemente financiadas por recursos empresariais indiretos.

Considerações finais

Nas eleições de 2014 para a Câmara dos Deputados, as doações empresariais diretas privilegiaram candidatos com o perfil predominante na política brasileira: homens brancos já integrados à elite política nacional, com elevado grau de instrução e pertencentes a organizações partidárias mais estruturadas. A literatura sugere (McMenamin, 2012) que uma possível causa para este comportamento é o pragmatismo das empresas, que procuram recompensar candidatos cujo desempenho anterior foi considerado positivo e maximizar a probabilidade de investimento em candidaturas com grande potencial de êxito. A expectativa é que os candidatos financiados pelo empresariado, uma vez eleitos, possam mostrar-se mais acessíveis aos contatos desse segmento, e mais benevolentes com seus pleitos.

O perfil dos candidatos mais contemplados com doações empresariais indiretas não foi muito diferente. No entanto, os interesses dos dirigentes partidários que distribuíram esses recursos possivelmente eram outros. Destinando contribuições para os candidatos mais promissores, e ajudando assim a eleger “mais do mesmo”, tais dirigentes aparentemente procuraram maximizar as bancadas de suas agremiações na Câmara, e, conseqüentemente, aumentar o acesso de suas organizações aos recursos de poder que isso viabiliza, em termos não apenas de maior prestígio político em geral, mas também de maior parcela do fundo partidário e do horário gratuito de propaganda eleitoral, de acesso a posições de poder no interior da Casa, bem como de maior poder de negociação com as forças do governo e da oposição, inclusive no que se refere à formação de coligações eleitorais em eleições futuras.

Portanto, ainda que por razões distintas, a distribuição das contribuições eleitorais empresariais, tanto diretas quanto

indiretas, teve efeito similar, desfavorecendo valores democráticos relevantes tais como a inclusão política de segmentos sociais historicamente sub-representados, ou a promoção da competição política em bases mais equitativas. Ao contrário, o padrão de distribuição dos recursos empresariais, sob ambas as formas, reforçou tendências opostas a esses valores democráticos, contribuindo para a consolidação de uma elite política pertencente a segmentos sociais historicamente privilegiados.

Como dito anteriormente, uma decisão do STF banuiu o financiamento empresarial no Brasil desde setembro de 2015. Em reação a esta decisão, o parlamento brasileiro aprovou a Lei N. 13.487, de 06 de outubro de 2017, que instituiu o Fundo Especial de Financiamento de Campanha, com valor estimado em 1,7 bilhão de reais para as eleições nacionais de 2018. Parte desse fundo poderá ser investida nas campanhas para deputado federal. No entanto, a lei não definiu critérios para a distribuição desses recursos entre as candidaturas, deixando o estabelecimento de tais critérios para a direção executiva nacional dos partidos. Assim, embora a principal fonte dos recursos eleitorais à disposição dos partidos tenha mudado, é possível que os resultados permaneçam os mesmos – exclusão e competição desequilibrada – se as premissas da distribuição dos recursos entre as candidaturas não forem revistas.

Dito de outra forma, não obstante a proibição do investimento eleitoral empresarial, se a promoção da competição em bases mais equitativas, e a inclusão de segmentos historicamente sub-representados, são vistas como valores democráticos a serem defendidos, então a distribuição mais equilibrada dos recursos de campanha no interior dos próprios partidos permanece como importante desafio político a ser encarado no Brasil.

Referências

ARAÚJO, Victor; SILOTTO, Grazielle; CUNHA, Lucas Rodrigues (2015). “Capital político e financiamento eleitoral no Brasil: uma análise empírica da estratégia das empresas na alocação de recursos de campanha”. *Revista Teoria & Sociedade*, v. 23, n2, p. 126-158.

- BANDEIRA-DE-MELLO, Rodrigo; MARCON, Rosilene (2005). “Unpacking firm effects: modeling political alliances in variance decomposition of firm performance in turbulent environments”. *Revista de Administração Contemporânea*, v. 9, n. 1, p. 65-85.
- BANDEIRA-DE-MELO, Rodrigo; ALBERTON, Anete; MARCON, Rosilene, GRZEBIELUCKAS, Cleci; KRÜGER, Edson (2006). “Exploring Stakeholder ‘Contracting’ Effects on Firm Performance”. ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 30o, Salvador, Anais eletrônicos... Salvador: ANPAD, 1-16.
- BOAS, Taylor C.; HIDALGO, Daniel; RICHARDSON, Neal P. (2014). “The spoils of victory: campaign donations and government contracts in Brazil”. *The Journal of Politics*, v. 76, 2, p. 415-429.
- BOHN, Simone (2009). “Mulheres brasileiras na disputa do legislativo municipal”. *Perspectivas: Revista de Ciências Sociais*, v. 35, n.1, p. 63-89.
- BOLOGNESI, Bruno; PERISSINOTTO, Renato Monseff; CODATO Adriano (2016). “Reclutamiento político en Brasil Mujeres, negros y partidos en las elecciones federales de 2014”. *Revista mexicana de ciencias políticas y sociales*, v. 61, n. 226, p. 247-278.
- BRAGA, Alexandre; NASCIMENTO Adilson (2010). “Negros Estão Fora do Parlamento Brasileiro”. *Revista África e africanidades*, v. 2, n. 8, p. 1-6.
- BRASIL (1995). Lei 9.096, de 19 de setembro de 1995. Dispõe sobre partidos políticos, regulamenta os arts. 17 e 14, § 3o, inciso V, da Constituição Federal. http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9096.htm.
- BRASIL (1997). Lei no 9.504, de 30 de setembro de 1997. Estabelece normas para as eleições. http://legislacao.planalto.gov.br/legisla/legislacao.nsf/Viw_Identificacao/lei%209.504-1997?OpenDocument.
- BUENO, Natália S; DUNNING Thad (2017). “Race, resources, and representation: evidence from Brazilian politicians”. *World Politics*, v. 69n. 2, p. 327-365.

- CAMPOS, Luiz Augusto (2015). “Socialismo moreno, conservadorismo pálido? Cor e recrutamento partidário em São Paulo e Rio de Janeiro nas eleições de 2012”. *Dados-Revista de Ciências Sociais*, v. 58, n. 3, p. 689-719.
- CAMPOS, Luiz Augusto; MACHADO, Carlos (2014). “A cor eo sexo da política: composição das câmaras federais e estaduais”. Rio de Janeiro, Grupo de Estudos Multidisciplinares da Ação Afirmativa/IESP-UERJ.
- CAMPOS, Luiz Augusto; MACHADO, Carlos Augusto Mello (2015). “A cor dos eleitos: determinantes da sub-representação política dos não brancos no Brasil”. *Revista Brasileira de Ciência Política*, 16, p. 121-151.
- CLÈVE, Ana Carolina de Camargo (2016). *As instituições contam? Influência da Resolução/TSE No 23.406 nos padrões de comportamento dos financiadores de campanha nas eleições 2010 e 2014*. Dissertação de mestrado em Ciência Política. Curitiba: Universidade Federal do Paraná.
- GUJARATI, Damodar (2004) *Basic Econometrics*. United States Military Academy, West Point: Tata McGraw-Hill.
- JOHNSON III, Ollie (2000). “Representação Racial e Política no Brasil: Parlamentares Negros no Congresso Nacional (1983-99)”. *Estudos afro-asiáticos*, n. 38, p. 7-29.
- LEMOS, Leany Barreiro; MARCELINO, Daniel; PEDERIVA, João Henrique (2010). “Porque dinheiro importa: a dinâmica das contribuições eleitorais para o Congresso Nacional em 2002 e 2006”. *Opinião pública*, v. 16, n. 2, p. 366-393.
- MANCUSO, Wagner Pralon (2012). “Empresas e financiamento de campanhas eleitorais de candidatos a deputado federal pelo estado de São Paulo, nas eleições de 2002 e 2006”, in Dalla Costa, Armando; Iglecias, Wagner Tadeu; Gros, Denise Barbosa, Etcheverry, Maria Soledad; Mick, Jacques *Desenvolvimento e crise na América Latina: estado, empresas e sociedade* (Org.). Curitiba: CRV.

- MANCUSO, Wagner Pralon (2015). “Diretórios partidários nacionais como intermediários do fluxo de financiamento eleitoral no Brasil (2010-2014): um estudo exploratório”. In 39º Encontro Anual da ANPOCS. *Anais*. Caxambu, MG.
- MANCUSO, Wagner Pralon; FIGUEIREDO FILHO, Dalson Britto; SPECK, Bruno Wilhelm, SILVA Lucas Emanuel Oliveira; ROCHA, Enivaldo Carvalho da (2016). “Corporate Dependence in Brazil’s 2010 Elections for Federal Deputy”. *Brazilian Political Science Review*, v. 10, n.3, p. 1-24.
- MANCUSO, Wagner Pralon; HOROCHOVSKI, Rodrigo Rossi; CAMARGO, Neilor Fermino (2016). “Empresários e financiamento de campanhas na eleição presidencial brasileira de 2014”. *Teoria & Pesquisa. Revista de Ciência Política*, v. 25, n3, p. 38–64.
- MANCUSO, Wagner Pralon; SPECK, Bruno Wilhelm (2015). “Financiamento empresarial na eleição para deputado federal (2002-2010): determinantes e consequências”. *Revista Teoria & Sociedade*, v. 23, n. 2, p. 103-125.
- MARCELINO, Daniel (2010). *Sobre dinheiro e eleições: um estudo dos gastos de campanha para o Congresso Nacional em 2002 e 2006*. Dissertação de Mestrado em Ciências Sociais, Brasília, Universidade de Brasília.
- MCMENAMIN, Ian (2012). “If money talks, what does it say? Varieties of capitalism and business financing of parties”. *World Politics*, v. 64, n. 1, p. 1–38.
- MEZZARANA, Flavia Spinelli (2011). *Poder econômico na política: a influência dos financiadores de campanha na atuação parlamentar*. Monografia em Ciência Política, São Paulo: Universidade de São Paulo.
- PAIXÃO, Marcelo JP; CARVANO, Luiz M. (2008) Relatório anual das desigualdades raciais no Brasil, 2007-2008. Rio de Janeiro: Garamond.
- PRZEWORSKI, Adam (2012). “Democracy, redistribution, and Equality”. *Brazilian Political Science Review*, v. 6, n. 1, p. 1-11.

- ROCHA, Danylo (2011). “Relações entre dispêndios do BNDES e financiamento eleitoral no governo Lula: uma análise empírica”. 35o Encontro da Anpocs, *Anais*, Caxambu (MG).
- SACCHET, Teresa; SPECK, Bruno W. (2012). “Dinheiro e sexo na política brasileira: financiamento de campanha e desempenho eleitoral em cargos legislativos”, in Alves, José Eustáquio Diniz; Pinto, Céli Regina Jardim; Jordão, Fátima (Org.). *Mulheres nas eleições 2010*. São Paulo: ABCP/Secretaria de Políticas Públicas para as Mulheres.
- SACCHET, Teresa; SPECK, Bruno W. (2011). “Partidos políticos e (sub) representação feminina nas esferas legislativas: um estudo sobre recrutamento eleitoral e financiamento de campanhas”. In Conferência IPSA-ECPR “Whatever Happened to North-South. *Anais*. São Paulo.
- SAMUELS, David (2001). “Incumbents and challengers on a level playing field: assessing the impact of campaign finance in Brazil”. *Journal of Politics*, v. 63, n. 2, p. 569–584.
- SANTOS, Manoel Leonardo; SILVA, Mariana Batista da; ROCHA, Enivaldo Carvalho da (2015). “Financiamento de campanha e apoio parlamentar à Agenda Legislativa da Indústria na Câmara dos Deputados”. *Opinião Pública*, v. 21, n. 1, p. 33–59.
- SANTOS, Manoel Leonardo Wanderley Duarte (2011). “O parlamento sob influência: o lobby da indústria na Câmara dos Deputados”. Tese de doutorado em Ciência Política. Belo Horizonte: Universidade Federal de Minas Gerais.
- SANTOS, Rodrigo Dolandeli dos (2012). “O perfil de financiamento de campanha dos maiores grupos econômicos nas eleições de 2010”. 36º Encontro Nacional da Anpocs. *Anais*, Caxambu.
- SANTOS, Rodrigo Dolandeli dos (2009). *A Economia Política das Eleições 2002. Um Estudo Sobre a Concentração de Financiamento de Campanha para Deputado Federal*. Dissertação de Mestrado em Ciência Política. Niterói: Universidade Federal Fluminense.

- SANTOS, Rodrigo Dolandeli dos (2018). “Empresariado e dinheiro na política: uma análise dos padrões de investimento eleitoral e de seus determinantes no processo político nacional.” Tese de Doutorado em Ciência Política, Campinas: Universidade Estadual de Campinas.
- SCHNEIDER, Ben Ross (2004) *Business politics and the state in twentieth-century Latin America*. Cambridge University Press.
- SPECK, Bruno; MANCUSO, Wagner Pralon (2013). “O que faz a diferença? Gastos de campanha, capital político, sexo e contexto municipal nas eleições para prefeito em 2012”. *Cadernos Adenauer*, v. 14, n. 2, p. 109–126.
- SPECK, Bruno W.; SACCHET, Teresa; SANTOS, Fernando H. (2012). “Financiamento de campanhas de homens e mulheres candidatos a deputado estadual e deputado federal nas eleições gerais de 2010 no Brasil”, in Meneguello, Raquel et al. (Org.) *Mulheres e negros na política: estudo exploratório sobre o desempenho eleitoral em quatro estados brasileiros*. Campinas: Unicamp.
- SPECK, Bruno Wilhelm; MANCUSO, Wagner Pralon (2014). “A study on the impact of campaign finance, political capital and gender on electoral performance”. *Brazilian Political Science Review*, v. 8, n. 1, p. 34–57.
- SPECK, Bruno Wilhelm; SACCHET, Teresa (2012). “Patrimônio, instrução e ocupação dos candidatos: uma análise das candidaturas de mulheres e homens nas eleições gerais de 2010 no Brasil”, in Alves, José Eustáquio Diniz; Pinto, Céli Regina Jardim; Jordão, Fátima (Org.). *Mulheres nas eleições 2010*. São Paulo: ABCP/Secretaria de Políticas Públicas para as Mulheres.

Resumo

As eleições brasileiras de 2014 foram as primeiras em que se tornou obrigatória a identificação das fontes originárias dos recursos transferidos pelos partidos para os candidatos. Assim, este artigo compara os perfis dos candidatos a deputado federal contemplados por doações empresariais diretas e indiretas (nas quais os partidos intermedeiam a relação entre empresas e candidatos). A questão do trabalho é: como determinantes do financiamento eleitoral que a literatura considera importantes operam

em ambos os tipos de doação? A ideia central, que se desdobra em 5 hipóteses, é que, em ambos os tipos de doação, ainda que por razões distintas, os determinantes operam de forma similar. Tais determinantes são de natureza política, como capital eleitoral, pertença à base e porte do partido; e, de natureza individual, como sexo, cor da pele e escolaridade, e constituem as variáveis independentes desta pesquisa. A variável dependente são os valores arrecadados pelos candidatos. Os dados foram coletados do Repositório de Dados Eleitorais do TSE. Mediante modelo de regressão linear múltipla, concluímos que candidatos de mesmo perfil são mais beneficiados pelo financiamento empresarial direto e indireto. Assim, a intermediação dos recursos empresariais pelos partidos não democratiza a distribuição desses recursos.

Palavras-chave: financiamento eleitoral, empresas, candidatos, doações diretas e indiretas, deputados federais.

Abstract

The 2014 Brazilian elections were the first in which it was compulsory to identify original sources of financial funds transferred by the parties to the candidates. This article compares the profiles of the candidates for federal deputy benefited by direct and indirect corporate donations (in which the parties intermediated the relationship between companies and candidates). The research question is: how do determinants of electoral financing that literature considers important operate in both types of donation? The central idea, which unfolds in five hypotheses, is that in both types of donations, although for different reasons, the determinants of electoral financing operate in a similar way. Such determinants have both political (electoral capital, belonging to the government's base and size of the party) and individual nature (sex, skin color, and schooling) and are the independent variables of this research. The dependent variable is the amount of money earned by the candidates. We collected data from the TSE's Electoral Data Repository. Using a multiple linear regression model, we conclude that direct and indirect corporate financing benefit candidates with the same profile. Thus, the intermediation of the parties does not democratize the distribution of corporate resources.

Keywords: electoral financing, companies, candidates, direct and indirect donations, federal deputies.

Recebido em: 30 de maio de 2018

Aprovado em: 19 de dezembro de 2018