

36º Encontro Anual da ANPOCS

GT13 - Financiamento político no Brasil: o impacto do dinheiro sobre partidos, eleições, candidatos e representantes

Os partidos políticos e o financiamento empresarial das campanhas legislativas para a Câmara dos Deputados:

Um estudo sobre as doações empresariais e as carreiras nas eleições de 2006

Tiago Daher Padovezi Borges (DCP – USP)

Os partidos políticos e o financiamento empresarial das campanhas legislativas para a Câmara dos Deputados:

Um estudo sobre as doações empresariais e as carreiras nas eleições de 2006

Tiago Daher Padovezi Borges¹

Nada é mais simples de que extrair de jornais e revistas declarações de alarme e pavor em relação às doações empresariais às campanhas eleitorais brasileiras. Para muitos, apenas com o fim dessa prática poderíamos acabar com o transtorno da influência política de determinados setores da sociedade. Em quase todos os escândalos de corrupção, o financiamento de campanhas ganha notoriedade em conversas cotidianas e nos meio de comunicação. É possível afirmar que o horror causado por essa prática é proporcional ao desconhecimento que temos sobre esse fenômeno. Apesar de recentes e importantes esforços, muito pouco se sabe sobre os mecanismos que regem o financiamento empresarial de campanhas. Questões sobre as motivações e sobre a concretização da influência do setor privado ainda permanecem pouco exploradas e repletas de dilemas teóricos e, principalmente, empíricos.

O presente paper tem o objetivo de investigar os fatores que regem a escolha das empresas no financiamento de campanhas. O que torna um candidato preferível a outro? Quais são as informações relevantes para aqueles que doam? O teste empírico investigará a relevância de informações das carreiras dos candidatos, buscando explorar como variáveis sociológicas, políticas influenciaram a decisão das empresas em doar dinheiro nas campanhas para Deputado Federal em 2006.

Foram produzidos alguns recentes trabalhos que trataram de variados temas, como a influência nos resultados eleitorais e na produção legislativa, além daqueles mais voltados à política comparada. Em relação ao específico tema, é importante destacar os artigos de Bruno Speck (2011), Rodrigo dos Santos (2011), Wagner Mancuso e Bruno Speck (2012), além dos trabalhos de David Samuels (2001, 2001b, 2002), que nos

¹ Doutorando do programa de pós-graduação do Departamento de Ciência Política da Universidade de São Paulo (DCP – USP).

apresentam algumas importantes considerações acerca do financiamento empresarial. A proposta do presente trabalho é, dialogando com a reflexão sobre os traços institucionais no Brasil, observar como as carreiras e trajetórias dos candidatos influenciam, de algum modo, a doação de recursos às campanhas.

Em primeiro lugar, será apresentado o debate em torno das estratégias empresariais em diferentes contextos institucionais, que buscará localizar o diagnóstico de personalismo em relação ao financiamento de campanha no Brasil. A ideia é vincular a discussão sobre o financiamento e grupos de interesse à imensa produção relativa aos sistemas partidários. Em seguida, será apresentada um pouco da produção sobre as carreiras dos políticos, para sustentar teoricamente a escolha das variáveis independentes. E, por último, será feita a análise empírica das prestações de contas do ano de 2006 das candidaturas bem sucedidas.

1. O Financiamento de Campanhas e a Escolha Empresarial

No ano de 2010, segundo dados fornecidos pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE), apenas as empresas doaram a gigantesca quantia de R\$ 2.212.077.034, para a disputa dos cinco cargos (Mancuso, 2012). Trata-se de uma elevada quantidade de recursos que nos sugere a importância do financiamento de campanhas como meio de contato entre partidos e candidatos com o setor empresarial. Mas qual é a motivação das empresas ao doarem esse expressivo valor às campanhas? Quais são as ambições de cada ator em tal fenômeno, que sempre despertou a atenção e a preocupação dos meios de comunicação, de grupos de pressão e de intelectuais?

Para Thomas Brunell, partidos e grupos de interesse partilham de motivações distintas que se complementam no momento do financiamento de campanhas². Enquanto os partidos almejam conquistar cargos e votos, os doadores desejam políticas favoráveis aos seus interesses, seja para vetar determinadas iniciativas, seja para influenciar diretamente na sua produção; ou mesmo para obter e perpetuar o acesso às arenas

² Apesar de o tema do presente texto ser o comportamento de empresas isoladamente, utilizarei as definições da literatura sobre grupos de interesse, as que mais se aproximam com o que está sendo explorado. Trata-se de um modo de lidar com o problema de influência do setor privado no sistema político.

decisórias, isto é, as empresas que doam recursos para as campanhas têm o objetivo de influenciar na produção de políticas públicas³. Assim,

“Interest groups are policy maximizers. Organized interests exist to transmit the policy preferences of their constituents to our elected officials. Groups are interested in passing legislation more favorable to their preferred policy outcomes” (Brunell, 2005: 683).

Poucos admitem motivações distintas da enunciada por Brunell, o que talvez explique as iniciativas de regulação ou mesmo proibição das doações privadas às campanhas eleitorais. Os dissensos relativos às contribuições empresariais residem em outros elementos, como, por exemplo, na concretização da influência pretendida nas votações parlamentares e na conquista de votos, a partir de um maior volume de dinheiro (Smith, 1995). O foco de controvérsias que pretenderei ressaltar refere-se às estratégias dos doadores frente aos diferentes contextos institucionais de cada democracia. Trata-se de uma discussão comparada ainda embrionária, que carece de uma maior quantidade de estudos empíricos, mas que já suscitou algumas importantes considerações.

Segundo alguns estudos, distintos arranjos institucionais levariam a diferentes estratégias por parte das empresas e grupos de interesse, no momento do financiamento de campanhas. É importante pensar nesse debate como um “apêndice” de um mais amplo, ligado tanto às estratégias dos eleitores, quanto dos próprios representantes frente aos diferentes contextos institucionais. Herbert Alexander (1980, 1988) seja talvez o maior responsável por incluir o tema do financiamento de campanhas dentro da política comparada, apresentando muitas singularidades do modelo norte americano em relação aos países europeus. Assim como em outros temas, a investigação dos efeitos institucionais no financiamento de campanhas nasce da clássica oposição do caso norte americano com o das democracias europeias. Enquanto o primeiro, presidencialista, de sistema distrital, levaria a um padrão personalista no financiamento, os casos parlamentaristas levariam a uma relação centrada nos partidos. Trata-se de um diagnóstico semelhante ao que foi feito a respeito do comportamento eleitoral (Duverger, 1970, Cox, 1997) e dos parlamentares (Cain, Ferejohn, Fiorina, 1987, Mayhew, 1984).

Para Alexander, o modelo “americano” é caracterizado pela fragilidade dos partidos ante os candidatos, tanto nas campanhas eleitorais quanto na produção de

³ Como Brunell reforça, “interest organizations seek to maximize the number of Representatives from their preferred party and the organization’s primary goal is to use its money to maximize the electoral significance of that money” (2005: 683)

políticas: as instituições e a cultura política norte-americana levaram à criação de um modelo em que os vínculos são sedimentados diretamente com os candidatos, sem qualquer intermediação dos partidos. Como aponta o autor, “the American model derives from our candidate centered culture in which political parties play a subordinate role, and interest groups increasingly, through their PAC and lobby activity, have a direct relationship with many candidates and elected officials” (1980: 338).

Frank Sorauf (1988, 1992) também vislumbra esse traço personalista do financiamento de campanhas norte americano, proporcionado tanto por elementos culturais quanto institucionais. Ou seja, para satisfazer sua principal motivação (influenciar a produção de políticas), a relação dos doadores de campanha norte americanos é com o político individual, não passando pelo controle do partido, que pouco importa no momento de sua escolha. Assim, “campaigns and their funding, in turn, reflect the broader context of the entire political system. Above all, the nature of campaigns finance reflects the centrality of the individual candidate in American politics” (Sorauf, 1988: 05)

Um aspecto desse modelo é a ausência de recursos públicos no financiamento dos partidos, o que dificultaria a consolidação de uma relação de dependência entre eles e candidatos. Em um sistema marcado por recursos privados, Alexander detecta a dispersão de contatos entre representantes e seus financiadores, sem qualquer centro organizador e regulador. Assim, a primazia do dinheiro privado estaria conectada a um padrão centrado no candidato:

“Members of Congress and of state legislatures are usually quite independent of the national, state and local parties; they remain very much their own person, whether running for office or in office. At the federal level, the senatorial and congressional campaign committees provide some funding on services to candidates, but these are not unifying instruments; there is no public funding, hence no limitations on spending” (1980: 339).

O modelo que se oporia ao “americano” é o “parlamentar”, encontrado, principalmente, em democracias europeias. Para Alexander, esse modelo se caracteriza pela importância do partido em toda gestão das finanças de campanha: “The parliamentary model differs in reflecting a party-oriented political system in which interest groups often are the basis of the parties, and candidates are subordinated to the interest of the parties” (1980: 338). É importante destacar que a existência de mecanismos institucionais, como o parlamentarismo, é vista como responsável para a emergência desse modelo de financiamento. A questão do financiamento público de

campanhas é outro ponto central que, para Alexander, levaria à sedimentação de um centro de organização dos recursos nas mãos dos líderes partidários, impedindo contatos individuais entre financiadores e candidatos.

A partir dessa tipologia, é difícil pensar o financiamento de campanhas privado em casos “parlamentares”, ou seja, recursos privados seriam intrinsicamente ligados aos contextos institucionais personalistas. Entretanto, casos parlamentaristas, de “partidos fortes”, convivem com contribuições privadas às campanhas eleitorais⁴. Como podemos lidar com a estratégia das empresas, dos grupos de interesse, em tais contextos? É possível pensar nas doações como parte de uma relação pautada no comprometimento ideológico ou mesmo em uma “simbiose” com os partidos, que desfrutariam de nítidas plataformas e identidades com o conjunto da população.

Trata-se do que Clive Thomas (2001) apresenta em seus modelos “de cooperação” e de “integração” entre grupos de interesse e partidos políticos. Em contextos institucionais que “fortalecem” os partidos, eles se tornam o centro das estratégias de financiamento, mesmo com a permissão de que atores privados possam fazer doações para as campanhas. É possível identificar esse modelo nos partidos trabalhistas e nos democrata-cristãos, unidos organizacionalmente e, conseqüentemente, financeiramente aos sindicatos e à Igreja Católica, respectivamente (Panebianco, 2005). Mesmo sem relações umbilicais, o fundamental é que o sistema partidário ofereça um nítido “cardápio” ao setor empresarial; ou seja, empresas do setor agropecuário devem saber com clareza que apoiar candidatos de determinado partido é melhor do que de outro partido.

O modelo “americano” é atribuído ao Brasil por autores como David Samuels (2001, 2001b, 2002), Scott Mainwaring (2001), Maria D’Alva Kinzo (1998) que sustentam a pouca importância de qualquer variável partidária nos cálculos dos atores que operam o financiamento de campanhas. De modo geral, o diagnóstico desses autores é que os grupos e empresas se movem livremente em nosso sistema político, sem vínculos prévios, em um ambiente de frágeis identidades partidárias, estruturando suas escolhas a partir de traços dos parlamentares individualmente. Assim, características individuais dos

⁴ No portal do IDEA (*Institute for Democracy and Electoral Assistance*), países Parlamentaristas como a Alemanha, o Reino Unido, Áustria estão assinalados como não contendo a completa proibição a doações de empresas aos candidatos e partidos políticos. Ou seja, também em arranjos institucionais que tendem a fortalecer os partidos, se constata a existência do financiamento de campanhas por doações de empresas.

candidatos, como traços de sua carreira, seus vínculos locais, teriam maior peso nas decisões dos doadores de campanha que as siglas partidárias⁵.

Como Samuels sustenta, “As in the U.S., individual candidates in Brazil are responsible for raising and spending campaign funds, and candidate spending is unrestricted” (Samuels, 2001: 570). Ou seja, o controle de toda a campanha está nas mãos do parlamentar individual que acessa os doadores, que avalia a quantidade de recursos necessários. Portanto, o vínculo se estabelece entre candidato e empresa, sendo os partidos secundários em todo o processo que envolve o contato entre esses atores.

“The main elements of Brazil’s electoral system - lack of central-party nomination control and large district magnitudes with many candidates running - promotes highly individualistic electoral campaigns. Most candidates eschew programmatic appeals and concentrate on personalistically differentiating themselves from other candidates by providing and promising particularistic benefits. Because individual candidates must raise all their own funds, Brazil’s campaign finance law accentuates this individualism” (Samuels, 2001: 571).

É possível a aproximação desse personalismo do modelo de pragmatismo dos grupos de interesse identificado por Thomas nos sistemas políticos presidencialistas e de representação proporcional. Para o autor, em arranjos institucionais que não incentivam o fortalecimento das siglas partidárias, os grupos de interesse tendem a circular livremente no sistema político, apoiando candidatos de diversas siglas, sem constrangimentos que sólidos vínculos e identidades partidárias proporcionariam. Trata-se do fenômeno identificado por Maria D’Alva Kinzo no caso brasileiro, em que, analisando as doações das eleições de 1998, identifica a inexistência de sólidos vínculos entre empresas e partidos, o que permitiu que elas investissem nos dois principais partidos da disputa (PT e PSDB)⁶:

“In fact, as means to secure good relations with future governments of any color, firms (...) tend to diversify their support, contributing to the campaign of all contenders that have some chance of success (...). The staggering role played by business in financing

⁵ É possível pensar em uma aproximação dos atalhos de informação utilizados pelos eleitores em ambientes institucionais de distritos de alta magnitude e de lista aberta. Para Shugart, Valdine e Suominen (2005), vínculos locais se estabeleceriam como uma estratégia dos eleitores para realizar suas escolhas eleitorais; o atalho de informação se daria a partir de vínculos locais.

⁶ Para esse conjunto da literatura, o sistema político brasileiro não conseguiu constituir um “menu” nítido pra os eleitores e também, talvez, para aqueles que doam às campanhas: “(...) nossos resultados fortemente sugerem que ver um mapa ideológico claro no nebuloso sistema partidário brasileiro é nada mais *wishful thinking*” (Lucas, Samuels, 2011: 99)

campaign is not limited to parties on the right and centre of the political spectrum; it also make extensive contributions to the left wing parties and candidates” (Kinzo, 1998: 131, 32).

Portanto, devido às nossas instituições, o que determinaria as escolhas empresariais estaria ligado a elementos da carreira individual dos candidatos. As siglas empresariais pouco importariam nas decisões, sendo, por isto, fundamental olharmos para a trajetória de cada candidato para tentarmos compreender as estratégias daqueles que doam recursos a campanhas.

2. Carreiras e trajetória dos políticos brasileiros

Um modo de lidar com o tema das características de nossos candidatos é olharmos para suas trajetórias, buscando elementos que possam influenciar a decisão das empresas. De certa forma, a escolha das variáveis independentes será pautada por considerações de duas abordagens da literatura que lidaram com as carreiras dos políticos brasileiros. A primeira enfatiza os anteriores à vida política dos candidatos, exógenos à atividade parlamentar e executiva, que se caracteriza por vínculos com determinados grupos sociais. Para essa abordagem, as informações agregadas ao nome de um político o colocariam como pertencente a grupos e interesses externos ao parlamento. Já a segunda ressalta elementos de sua carreira política, mais vinculada às suas ambições na vida pública e aos elementos institucionais que regem as eleições.

De modo geral, mesmo com essas diferenças, é possível afirmar que essas abordagens compartilham o pressuposto de que diferentes padrões de carreira levariam significativas diferenças nos padrões de comportamento, tanto dos próprios parlamentares, quanto dos eleitores. Ou seja, mesmo com singularidades, as diferentes visões contêm o pressuposto de que as trajetórias dos políticos importam, tanto no processo eleitoral, quanto na produção de políticas. Embora não explore diretamente, aqui será investigada a hipótese geral de que as carreiras importam também para os doadores de campanha.

A primeira abordagem, a “sociológica”, nos leva a pensar a carreira política a partir de camadas, sendo as primeiras, as pré-políticas, fundamentais na definição do

partido de escolha e, conseqüentemente, das políticas defendidas⁷. Para tal abordagem, o indivíduo não é livre para escolher qualquer partido ou orientação ideológica, pois ele está condicionado pela origem familiar, profissional, pelos grupos que envolveram sua vida no período que precedeu sua carreira política. Trata-se de uma visão mais próxima de uma perspectiva sociológica da política que ressalta vínculos entre os representantes e grupos sociais.

Os trabalhos de Leôncio Martins Rodrigues (2002, 2006) sobre a composição ocupacional do Congresso Brasileiro exemplificam essa abordagem, que investiga as conexões dos parlamentares com grupos sociais, a partir de suas ocupações. Nesses trabalhos, Rodrigues constata que as atividades profissionais dos legisladores se distribuem no contínuo esquerda-direita a partir dos partidos políticos. Ou seja, o autor constata uma significativa ligação da organização de nossos sistema partidário com a ocupação dos parlamentares eleitos.

Rodrigues pensa a carreira política condicionada por fatores exógenos, que se move a partir de uma sequência definida de momentos que antecedem a carreira política: “As origens sociais, que normalmente se relacionam com as atividades pré-políticas dos candidatos potenciais, constituem a primeira forma de filtro seletivo, ao qual, obviamente, se seguem outros” (Rodrigues, 2006:117). Logo,

“Há, pois, um encaminhamento ‘natural’ que leva, por exemplo, o trabalhador industrial, o bancário ou o professor da rede pública com alguma ambição política a procurar o partido em que as pessoas de meios relativamente equivalentes sejam majoritárias e imponham os valores modos de comportamento grupal” (Rodrigues, 2006: 116)

Em seu estudo mais recente (2006), Rodrigues constata que o Brasil tem experimentado uma significativa transformação na distribuição das profissões da Câmara dos Deputados, com uma progressiva redução dos empresários urbanos e rurais e uma entrada maior de profissionais liberais e sacerdotes. Na verdade, é importante destacar que a mudança do perfil sócio profissional da Câmara está associado à queda e ao crescimento de determinados partidos. Trata-se de um fenômeno correlato, pois, para Rodrigues, o recrutamento partidário passa pelos grupos sociais.

Assim, o autor enfatiza a relevância do período pré-político dos candidatos:

⁷ Dos trabalhos sobre tal abordagem, é fundamental citar o estudo de José Murilo de Carvalho (2003) sobre as elites políticas no Império, além dos trabalhos de Flavio Heinz (2006) e de Joseph Love e Bert Barickman (2006) que exploram os políticos do período de 1930 e da primeira república brasileira. Também é importante a referência aos esforços da antropologia política, exemplificado no trabalho de Karina Kushnir (2000).

“As pessoas de famílias ricas (ou que enriqueceram por esforço próprio antes de entrar na política) muito dificilmente procuram, para sua iniciação política, partidos considerados de esquerda. A adesão a um desses partidos iria prejudica-las nas relações com seus círculos sociais e dificultar sua ascensão na vida pública. Inversamente, os que vêm de classes populares não procuram partidos considerados de direita, em que, no caso brasileiro, predominam políticos e candidatos de classe rica” (Rodrigues, 2006: 115-16).

Logo, pensando no problema em questão, é possível supor que uma empresa escolhe doar dinheiro para um candidato devido ao pertencimento ao grupo mais próximo de seus interesses. Por exemplo, um candidato agropecuarista seria mais interessante a uma empresa desse setor, sendo menos provável a doação a alguém ligado à bancada sindicalista. Também é importante pensar no inverso da questão: há grupos para os quais o dinheiro é menos necessário para a atividade política. Isso parece ocorrer entre os evangélicos, que desfrutariam de sólidas bases eleitorais, sem a necessidade de competir com outros em seus redutos eleitorais .

Já a segunda abordagem, a centrada nos atores, assume que estratégias frente às instituições são fundamentais na carreira dos candidatos. As instituições eleitorais condicionam as escolhas e, portanto, carreiras dos políticos que ganham contornos que melhor respondem às suas ambições. De modo geral, as carreiras emergem de estratégias que visam maximizar posições de poder dos candidatos. Como Samuels destaca, três questões são feitas pelos candidatos: “(1) What’s it worth to me?; (2) What are my chances?; and (3) What’s it going to cost me?” (Samuels, 2003: 16-7). Ou seja, a ideia é de conquista de posições que visam aumentar as chances de se perpetuar na vida política.

Para Samuels, a estratégia passa por uma ordenação dos cargos conforme a sua importância, compreendida pela maior autonomia de recursos e de chances de perpetuação na vida política. Assim, seguindo o trabalho de Abrucio (1998), Samuels destaca a importância que “ser governador” tem na carreira do político brasileiro que, diferente do caso americano, ambiciona sair do legislativo federal para os cargos executivos locais. O ponto central é a primazia de ambições localistas na carreira dos candidatos que visam atender suas clientelas locais e, para isso, almejam, acima de tudo, serem governadores. O arranjo institucional responsável é, sobretudo, o federalismo brasileiro, além de regras eleitorais que permitem a personalização da representação. Assim,

“Control over valuable political resources gives governors’ power over deputies’ careers: if the deputy opposes the governor, either at the state or the national level, the governor

can exclude him or her from the distribution of ‘credit’, or refuse his requests to land his cronies plum jobs. Brazil’s electoral system exacerbates deputies’ vulnerability to gubernatorial influence” (Samuels, 2003: 19).

É importante destacar que essa visão não é consensual entre aqueles que olharam as carreiras a partir das estratégias dos atores. Eduardo Leoni, Carlos Pereira e Lucio Rennó (2004), por exemplo, destacam que os políticos tendem a desejar mais ficar no cargo de deputado do que Samuels previa. Para os atores, não apenas a ambição e o contexto institucional importam, mas também elementos circunstanciais ligados ao desempenho e a visibilidade de sua atuação. Assim, os autores aproximam a carreira brasileira da norte-americana, sugerindo que as aspirações “estáticas” não devem ser ignoradas.

“In Brazil, as in the United States, the costs and risks of progressive ambition are very high. Brazilian federal deputies, in this regard, are not at all different from their US counterparts, since the great majority of those who decide to run for an office adopt a risk-avoidance strategy and seek reelection. As a consequence, we argue, under the assumption that legislators are rational, that static ambition predominates in the United States and Brazil because of the high risks and costs entailed in the decision to run for higher office” (Leoni, Pereira, Rennó, 2004: 115)

Logo, no caso da abordagem centrada nas motivações dos atores, é possível identificar distintas conclusões que se movem dos cargos ocupados e pretendidos. Em geral, a tese de localismo das ambições e estratégias partidárias permanece. A representação ligada à experiência em cargos locais e executivos representaria uma vantagem importante na conquista de votos e dinheiro. O que aqui será destacado é a centralidade que cargos políticos ocupados desempenham na relação com os eleitores e talvez também com financiadores de campanha. O eleitor se aproximaria mais daqueles que podem atender suas demandas locais, que ocupam cargos que detêm maior autonomia para promoverem políticas que o beneficiem.

3. As receitas dos deputados e as carreiras dos deputados federais brasileiros

Assim, a trajetória dos candidatos importa no montante de recursos doado pelas empresas aos candidatos a Deputado Federal? Qual é o peso das profissões de cada candidato nas decisões das empresas? E os cargos ocupados, importam? Para responder

tais questões, a análise empírica será dividida em três momentos: o primeiro lidará com a variável “pré-política” da ocupação dos candidatos; o segundo investigará a importância dos cargos eletivos ocupados previamente à eleição; o terceiro explorará a relevância das siglas e cargos partidários em relação a esses dois conjuntos de variáveis.

A análise empírica será composta de duas bases: 1. Os dados das receitas das candidaturas bem sucedidas a Deputado Federal de 2006, recortada pelas doações de pessoas jurídicas⁸; 2. Informações fornecidas pelos candidatos ao Portal da Câmara dos Deputados a respeito das suas carreiras. Assim, o recorte da análise recaiu apenas nos candidatos eleitos por terem permitido o levantamento de informação de suas carreiras. Apesar de limitações, a organização de um conjunto de dados sobre as carreiras declaradas dos candidatos, permitiu a construção de algumas variáveis que serão utilizadas na análise empírica. A análise utilizará a comparação dos valores médios de contribuições, além de saldos que serão derivados do pertencimento ou não de determinado grupo. O seguinte quadro orientará a análise:

Quadro 1. Variáveis que serão utilizadas na análise	
Variável Dependente	Variáveis Independentes
Soma dos recursos doados por pessoas jurídicas	Profissões declaradas pelos candidatos eleitos
	Cargos executivos ocupados pelos candidatos eleitos antes de 2006
	Cargos partidários ocupados pelos candidatos eleitos antes de 2006

Para melhorar a análise, controlaremos as relações feitas pela magnitude do distrito, o que suavizará os transtornos das diferenças entre os distritos brasileiros que apresentam significativas diferenças eleitorais, econômicas e políticas. Como o quadro abaixo apresenta, foram criados três grupos de distritos a partir da quantidade de cadeiras

⁸ De modo geral, é importante destacar que as contribuições de pessoas jurídicas representam a maior parte dos recursos para Deputado Federal, principalmente, quando olhamos apenas para aqueles que foram eleitos (Peixoto, 2010; Borges, 2010). Apesar de ser uma limitação olhar apenas para os eleitos, os recursos empresariais se concentram significativamente naqueles que obtiveram sucesso nas eleições. Tratam-se de dados que suavizam as fragilidades que trazem o recorte proposto. É importante registrar que, enquanto a base de eleitos foi de 513 candidatos, as de eleitos financiados por empresas foi de 477.

em disputa: alta (SP, MG, RJ, BA, RS, PR); média (PE, CE, MA, GO, PA, SC, PB, ES, PI); baixa (AL, AC, AM, AP, DF, MS, MT, RN, RO, RR, SE, TO).

Quadro 2. Doações para os Eleitos em 2006 por Unidade da Federação									
Grupo	UF	Doações (R\$)	Eleitores	Cadeiras	Grupo	UF	Doações (R\$)	Eleitores	Cadeiras
Alta	SP	39.700.411	28.037.734	70	Baixa	AL	2.141.648	1.859.487	9
	MG	21.047.633	13.679.738	53		AC	694.852	412.840	8
	RJ	9.921.044	10.891.293	46		AM	1.062.349	1.781.316	8
	BA	9.472.277	9.109.353	39		AP	653.683	360.614	8
	RS	8.537.627	7.750.583	31		DF	1.765.420	1.655.050	8
	PR	12.781.309	7.121.257	30		MS	1.730.079	1.561.181	8
Média	PE	10.864.266	5.834.512	25		MT	1.943.458	1.940.270	8
	CE	5.501.206	5.361.581	22		RN	1.428.334	2.101.144	8
	MA	1.574.054	3.920.608	18		RO	701.611	988.631	8
	GO	11.458.250	3.734.185	17		RR	350.872	233.596	8
	PA	3.896.731	4.157.735	17		SE	173.794	1.299.785	8
	SC	5.109.176	4.168.495	16		TO	1.198.840	882.728	8
	PB	1.281.321	2.573.766	12					
	ES	4.984.132	2.336.133	10					
	PI	1.917.992	2.073.504	10					

3.1. A ocupação profissional e as doações empresariais

Como já foi explorado, a abordagem “sociológica” indica que os candidatos não operam livremente no sistema político a partir de suas ambições, ele está condicionado por suas origens e atividades fora do sistema político. Assim, a investigação buscará compreender se as ocupações que precederam (e/ou acompanham) a vida política dos candidatos influenciam as escolhas das empresas no momento da doação de campanha? É possível constatar alguma associação entre o montante de dinheiro empresarial doado e a profissão declarada pelo candidato?

A Tabela 1 nos apresenta a distribuição das profissões declaradas pelos deputados eleitos que receberam doações de pessoas jurídicas. Um esclarecimento preliminar é necessário, pois é muito comum a declaração de mais de uma profissão. A classificação buscou levar em conta não apenas a profissão declarada, mas também as atividades profissionais desempenhadas. Por exemplo, quem declarou ser “advogado e professor”, será classificado como “advogado”, caso tenha citado ter ocupado apenas, ou

predominantemente, cargos em escritórios de advocacia. De maneira geral, em 2006, a ocupação de proprietário e/ou administrador de empresas se destacou com 24% entre os eleitos de 2006, seguida pelas profissões jurídicas (16%) e por aquelas ligadas ao setor de saúde (13%). Além dessas, a análise comparativa lidará diretamente com os profissionais do setor de construção civil (10%), da educação e de atividades acadêmicas (10%), com aqueles que desempenham ocupações ligadas ao setor financeiro (9%), os comunicadores (7%) e os funcionários públicos (5%)⁹.

Tabela 1 – Distribuição das profissões entre os deputados eleitos financiados por empresas em 2006	
	%
Empresários (1)	24%
Profissões jurídicas (2)	16%
Profissões da área da Saúde (3)	13%
Profissional da educação e de atividades acadêmicas	10%
Atividades financeiras e Consultoria (4)	9%
Profissionais do setor da construção civil (5)	9%
Comunicação (Radialista, jornalista)	7%
Funcionário Público/Servidor Público	5%
Outros	5%
Trabalhador manual	2%
Sacerdote (Pastor, Padre)	1%
Total = 477	100%

(1) Os que se declararam administradores de empresas e empresários foram incluídos nessa categoria. Os empresários do setor rural foram agregados com os do urbano.
 (2) Além de advogados, foram incluídos desembargadores e bacharéis de direito.
 (3) Além dos médicos, os profissionais ligados à indústria farmacêutica foram incluídos nesse item.
 (4) Os consultores, os contadores, os bancários e, principalmente, os economistas foram agregados nessa categoria.
 (5) Nessa categoria, foram agrupadas profissões como engenheiro civil, arquiteto e profissionais do setor imobiliário.

Fonte: Elaboração própria a partir do material do TSE e do Portal da Câmara dos Deputados

As próximas tabelas foram construídas a partir do valor das contribuições pela quantidade de candidatos. Por exemplo, o valor total das contribuições para os candidatos empresários foram divididos pela quantidade daqueles que se declararam como empresários. Assim, foi feita a comparação do valor médio das contribuições daqueles se declararam como empresários (sim) com os demais (não). A última coluna apresenta a subtração do valor médio daqueles de determinada profissão com os demais (Saldo = Sim - Não). Trata-se de uma análise simples que permitirá observar a variação que a profissão de um candidato pode ter proporcionado. Os valores que se encontram entre parênteses correspondem à quantidade de candidatos correspondentes.

⁹ As próximas tabelas não lidarão com os trabalhadores manuais e sacerdotes, por terem uma reduzida quantidade de candidatos, o que dificultaria a análise.

Quando olhamos a comparação entre as contribuições médias das ocupações mais frequentes entre os deputados eleitos em 2006, constatamos uma relação positiva significativa com a atividade empresarial (Saldo: R\$ 70.211) e, principalmente, com ocupações ligadas ao setor financeiro (Saldo: R\$ 86.077). Trata-se de uma relação esperada, mas que nos leva a pensar que ter contato com empresas é uma atividade que influi até mais no montante de recursos doados do que ser empresário. Para explicar essa diferença de saldo, é possível pensar que atividades financeiras levam ao estabelecimento de laços com o setor empresarial. Já em relação às demais atividades, constatam-se valores negativos das atividades ligadas à educação e ao funcionalismo público. Assim, a partir da Tabela 2, é possível identificar relações entre determinadas ocupações e a atividade profissional dos candidatos.

Tabela 2. Financiamento empresarial por candidato (R\$)			
	Sim	Não	Saldo
Profissionais do setor financeiro	417.534 (44)	331.457 (433)	86.077
Empresários	393.564 (109)	323.353 (368)	70.211
Profissionais do setor de construção civil	362.137 (42)	337.201 (435)	24.935
Comunicação (Radialista, jornalista)	347.655 (31)	338.823 (446)	8.832
Profissões jurídicas	342.544 (73)	338.828 (404)	3.715
Profissional da educação e de atividades acadêmicas	274.737 (50)	346.968 (427)	-72.232
Profissionais do Setor de Saúde	326.123 (58)	341.234 (419)	-15.111
Funcionários Públicos	240.867 (25)	344.847 (452)	-103.979

Fonte: Elaboração própria a partir do material do TSE e do Portal da Câmara dos Deputados

Ao separar essas mesmas ocupações pelo tamanho do distrito, verificamos diferenças significativas entre os candidatos dos grupos de distritos que foram definidos. Em primeiro lugar, a ligação de “consultores” com o empresariado é mais forte nos distritos de alta magnitude (R\$ 157.169); já nos de média, ser dono ou administrador de uma empresa é a atividade que apresenta uma maior diferença entre as doações por candidatos (R\$ 163.405). Em relação aos estados menos populosos, constata-se que as atividades mais ligadas às empresas passam a influir menos na quantidade de recursos doados, com maiores diferenças nos profissionais do setor de construção e de saúde. Assim, as profissões parecem “importar” de maneira distinta, conforme o distrito onde

ocorre a disputa; o que pode ser explicado pelas grandes diferenças entre as unidades da federação.

Tabela 3. Financiamento empresarial por candidato e a magnitude do distrito eleitoral (R\$)

	Alta			Média			Baixa		
	Sim	Não	Saldo	Sim	Não	Saldo	Sim	Não	Saldo
Empresários	436.361 (55)	393.200 (197)	43.161	467.436 (32)	304.031 (104)	163.405	179.120 (22)	147.975 (67)	31.146
Profissões Jurídicas	426.451 (42)	397.854 (252)	28.596	281.680 (22)	354.212 (114)	-72.533	99.756 (9)	161.964 (80)	-62.208
Profissionais da Saúde	380.186 (30)	405.652 (222)	-25.465	278.773 (17)	351.580 (119)	-72.807	251.857 (11)	142.109 (78)	109.748
Profissionais do setor financeiro	544.820 (24)	387.652 (228)	157.169	375.351 (10)	339.870 (126)	35.481	154.228 (10)	155.856 (79)	-1.628
Profissionais do setor de construção civil	412.550 (22)	401.670 (230)	10.879	309.194 (15)	346.605 (121)	-37.412	299.150 (5)	147.133 (84)	152.017
Profissional da educação e de atividades acadêmicas	384.881 (24)	404.488 (228)	-19.607	240.947 (15)	355.065 (121)	-114.118	80.500 (11)	166.275 (78)	-85.775
Funcionário Público	263.149 (8)	407.193 (244)	-144.044	334.950 (8)	342.949 (128)	-8.000	137.432 (9)	157.726 (80)	-20.294
Comunicadores (Radialista, jornalista)	263.149 (8)	407.193 (244)	-144.044	334.950 (8)	342.949 (128)	-8.000	137.432 (9)	157.72 (80)6	-20.294

Fonte: Elaboração própria a partir do material do TSE e do Portal da Câmara dos Deputados

Logo, é possível constatar que existe uma relação entre ocupação profissional e soma de recursos de pessoas jurídicas doados: candidatos eleitos, de atividades mais próximas ao setor empresarial (tanto as financeiras, quanto a propriedade e administração de empresas), receberam uma maior quantidade de recursos em 2006. É importante destacar a significativa variação, quando cruzamos pela magnitude do distrito, o que indica que diferenças entre as unidades da federação parecem se refletir também nos vínculos entre o setor empresarial e os candidatos.

3.2. As doações de pessoas jurídicas e a ocupação de cargos executivos

Como os trabalhos de Samuels sugerem, os cargos ocupados são fundamentais para compreender as carreiras dos políticos, as suas ambições e o modo como se relacionam com o ambiente externo. O fato de um candidato ter sido governador ou prefeito se transforma em uma informação que pode ser utilizada tanto por eleitores quanto por doadores de campanha. Assim, os cargos ocupados importam no

financiamento empresarial de campanhas? Ter ocupado cargos executivos, por exemplo, é um traço relevante no momento em que o empresário decide quem deve receber sua doação?

A escolha das variáveis desse fenômeno correspondeu à suposição de que a experiência executiva pode levar à ampliação de laços com o setor empresarial e a consequente conquista da maior quantidade de recursos em suas campanhas. A preocupação com a “experiência local” também será pensada, algo central no diagnóstico hegemônico sobre as ambições de nossos políticos. Assim, os seguintes cargos foram selecionados: 1. Secretário estadual ou de uma capital; 2. Ministério; 3. Governador e; 4. Prefeito. Enquanto os dois primeiros indicariam a experiência em cargos não eletivos, mais ligados à produção de políticas, os dois segundos estão ligados à experiência eleitoral e administrativa local.

A Tabela 4 apresenta a quantidade de deputados que declararam ter ocupado cargos executivos, antes de 2006. Os valores mostram um maior peso daqueles que foram Secretários estaduais e/ou de capitais (27%), seguidos por aqueles que foram prefeitos (17%). Os menores percentuais estão entre aqueles que já foram governadores (3%) e ministros (5%).

Tabela 4. Os cargos ocupados pelos deputados eleitos financiados por pessoas jurídicas em 2006	
	% *
Secretário estadual e de capitais	26%
Prefeito	16%
Ministro e secretário federal	4%
Governador	2%

*Para evitar a dupla contagem, o percentual foi feito em relação ao total (477)

Fonte: Elaboração própria a partir do material do TSE e do Portal da Câmara dos Deputados.

Seguindo a mesma construção proposta nas tabelas anteriores, a tabela 5 nos mostra os valores das contribuições empresariais por candidato, com o saldo resultante na última coluna. Como nas tabelas anteriores, quanto maior o saldo, mais importante é ter ocupado determinado cargo na conquista de recursos empresariais. Os resultados nos indicam um saldo positivo e acentuado no cargo “ministro e/ou secretário estadual” (R\$ 460.967), seguido pelo de “secretário estadual e/ou de capitais” (R\$ 124.887). Curiosamente, ter sido governador e prefeito influi pouco na conquista de recursos. Ou seja, se a “carreira local” importa no financiamento empresarial, isso ocorre,

principalmente, na experiência em uma secretaria de estado ou de grandes capitais. De modo geral, é possível afirmar que ter tido uma experiência junto à produção direta de políticas parece ser mais importante do que ter sido eleito para um cargo executivo local.

	Sim	Não	Saldo
Ministros e secretários federais	780.070 (21)	319.103 (446)	460.967
Secretários estaduais e/ou de capitais	432.080 (123)	307.193 (354)	124.887
Prefeitos	323.916 (76)	342.331 (401)	-18.415
Governadores	440.945 (10)	337.223 (467)	103.723

Fonte: Elaboração própria a partir do material do TSE e do Portal da Câmara dos Deputados

Como foi visto no caso das ocupações, é possível que essas tendências se alterem conforme a magnitude do distrito. A tabela 6 apresenta significativas diferenças que nos fazem pensar sobre as disparidades administrativas entre as unidades da federação. De modo geral, é persistente o alto saldo em relação ao cargo de ministro e secretário federal. Já a secretaria estadual e de capitais teve relação positiva apenas nos distritos de alta magnitude (R\$ 230.874). Ou seja, o “vínculo local” merece ser qualificado também geograficamente, pois a origem em estados mais populosos produziu um efeito distinto na distribuição de recursos empresarial em relação aos demais.

	UF de Alta Magnitude			UF de Média Magnitude			UF de Baixa Magnitude		
	Sim	Não	Saldo	Sim	Não	Saldo	Sim	Não	Saldo
Secretários estaduais e/ou de capitais	572.111 (67)	341.237 (185)	230.874	335.045 (34)	344.957 (102)	-9.911	155.586 (22)	155.702 (67)	-116
Prefeitos	392.504 (44)	404.760 (208)	-12.256	302.849 (22)	350.127 (114)	-47.277	68.475 (10)	166.711 (79)	-98.237
Ministros e secretários estaduais	858.461 (12)	379.828 (240)	478.633	675.548 (9)	318.876 (127)	356.672	-	155.673 (89)	
Governadores	788.368 (1)	401.083 (251)	387.285	429.838 (7)	337.738 (129)	92.099	306.110 (2)	152.215 (87)	153.895

Fonte: Elaboração própria a partir do material do TSE e do Portal da Câmara dos Deputados

Outro modo de testar a relevância da passagem por cargos de produção de políticas (Secretarias e Ministérios) é a partir de um cruzamento com aqueles que declararam ter ocupado outros cargos (Tabela 7). Entre os candidatos que afirmaram terem sido prefeitos, a passagem por uma secretaria ou ministério representou um

aumento médio de R\$ 329.246 das doações empresariais. Já entre os que foram governadores, o valor sobe para R\$ 332.543. Mesmo no caso daqueles que não ocuparam cargos executivos eletivos, é possível constatar um aumento significativo da quantidade de recursos doados por candidato (R\$ 121.920).

Tabela 7. A passagem por ministérios e secretarias e o financiamento de campanhas em 2006 (R\$)			
	Prefeitos	Governadores	Sem cargo executivo eletivo
Com passagem por ministério e secretaria	536.193 (27)	640.471 (4)	444.677 (100)
Sem passagem por ministérios e secretarias	206.947 (49)	307.928 (6)	322.757 (240)
Total	323.916 (76)	440.945 (10)	358.616 (340)
<i>Saldo (Com passagem – Sem passagem)</i>	<i>329.246</i>	<i>332.543</i>	<i>121.920</i>

Fonte: Elaboração própria a partir do material do TSE e do Portal da Câmara dos Deputados

Portanto, o vínculo com a produção direta de políticas, a partir das secretarias e ministérios, foi visto como fundamental na conquista de um maior volume de recursos empresariais, no ano de 2006. Como foi abordado, as variações entre os distritos não devem ser negligenciadas: a experiência nas Secretarias estaduais foi mais determinante nos distritos de alta magnitude, nos Estados mais populosos. Assim, ambições locais e a ocupação de cargos estaduais devem ser relativizadas, pois é necessário se atentar para o estado em questão. No caso do financiamento de campanhas, a experiência executiva estadual importou para as empresas apenas aos candidatos de distritos de alta magnitude.

3.3. *A carreira organizacional e as doações empresariais*

Talvez o principal debate em torno das instituições políticas brasileiras resida na relevância das siglas e estruturas dos partidos. A desconfiança em relação à consolidação de nossos partidos ainda é comum em diversos trabalhos, apesar da estabilidade que temos experimentado no Brasil. Certamente, os trabalhos de Fernando Limongi e Argelina Figueiredo sobre o Congresso Brasileiro foi um divisor de águas, proporcionando conclusões que muito diferiam dos mais pessimistas. A questão que resta é: a “carreira partidária” proporcionou alguma alteração no volume de recursos doados?

Novamente, foram utilizadas as declarações registradas no portal da Câmara dos Deputados, ou seja, são cargos que foram declarados pelos candidatos. A classificação permitiu a identificação de três tipos de cargos: ser membro da executiva nacional; da executiva estadual e regional; e da executiva municipal. Conforme a Tabela 8 nos mostra, em 2006, dos candidatos eleitos que foram financiados por recursos empresariais, 21% ocuparam algum cargo na executiva nacional, 36% na estadual e 27% na municipal.

Tabela 8. Cargos partidários ocupados e os deputados financiados por recursos empresariais*	
	%
Membro de Executiva Nacional	21%
Membro de Executiva Regional e/ou Estadual	36%
Membro de Executiva Municipal	27%

* Para evitar duplicação, os percentuais são sobre o total (477).

Fonte: Elaboração própria a partir do material do TSE e do Portal da Câmara dos Deputados

Quando olhamos o financiamento desses grupos (Tabela 9), notamos que ter sido membro da executiva nacional (Saldo: R\$ 128.167) proporcionaram um ganho maior que nos demais cargos. Ou seja, o vínculo partidário nacional parece ter sido mais importante que o estadual e o municipal. Trata-se de um dado importante que aponta que a centralidade partidária nacional é uma informação que alterou a distribuição das doações em 2006. É possível ver uma relação linear entre abrangência do cargo partidário e as diferenças de doações: quanto mais “nacional” é o cargo partidário, maior foi a quantidade média de recursos doados por empresas.

Tabela 9. Cargos Executivos e Partidários Ocupados e o Financiamento em 2006			
	Sim	Não	Saldo (Sim-Não)
Membro de Executiva Nacional	440.694 (100)	312.528 (377)	128.167
Membro de Executiva Regional e/ou Estadual	370.552 (171)	321.987 (306)	48.566
Membro de Executiva Municipal	362.202 (129)	330.943 (348)	31.259

Fonte: Elaboração própria a partir do material do TSE e do Portal da Câmara dos Deputados

Como nas demais variáveis, a tabela 10 nos mostra a distribuição dos recursos a partir da separação nos grupos de distrito. Como fica claro, trata-se de um fenômeno importante nos distritos de alta magnitude, com o saldo dos valores médios das lideranças ser de R\$155.857 e de ter feito parte da Executiva Nacional ser de R\$235.098. Assim, a importância da carreira partidária no financiamento empresarial, principalmente, nacional foi um fenômeno mais ligado aos candidatos de distritos de alta magnitude.

Tabela 10. Cargos partidários ocupados e o financiamento pelo tamanho do Distrito Eleitoral em 2006 (R\$)

	Alta			Média			Baixa		
	Sim	Não	Saldo	Sim	Não	Saldo	Sim	Não	Saldo
Membro de Executiva Nacional	570.741 (56)	354.586 (196)	216.155	328.633 (27)	345.909 (109)	-17.276	190.286 (17)	147.501 (72)	42.784
Membro de Executiva Regional e/ou Estadual	461.643 (90)	369.830 (162)	91.813	320.021 (51)	355.954 (85)	-35.933	183.184 (30)	141.685 (79)	41.499
Membro de Executiva Municipal	430.935 (77)	390.162 (175)	40.773	289.566 (34)	360.116 (102)	-70.550	205.380 (18)	143.072 (71)	62.309

Fonte: Elaboração própria a partir do material do TSE e do Portal da Câmara dos Deputados

A última tabela nos mostra como essas categorias mais ligadas a carreira política nacional (liderança e vice-liderança legislativa e membro da executiva nacional) podem ter influenciado na distribuição de recursos dos grupos de deputados das seções anteriores. Ou seja, para os empresários, ter tido “ligações nacionais” com os partidos levou a algum acréscimo de recursos doados? Os resultados da tabela 11 parecem ser bem consistentes: na maior parte das categorias de deputados, quando se introduz a experiência partidária nacional, aumenta-se o volume médio de recursos doados. Com exceção dos “Funcionários públicos” e “sacerdotes”, ter ocupado cargos de liderança ou ter sido membro da executiva nacional, levou a um acréscimo de doações empresariais.

Tabela 11 – O cargo partidário nacional, as profissões, a experiência executiva e o financiamento empresarial em 2006 (R\$)

Os outros “grupos”	Sim	Não	Saldo
Profissão: Empresário	519.841 (18)	368.586 (91)	151.255
Profissão: Atividades financeiras e Consultoria	503.380 (16)	368.479 (28)	134.901
Profissão: Profissionais do setor da construção civil	276.547 (12)	396.373 (30)	-119.826
Profissão: Profissões da área da Saúde	551.381 (13)	261.049 (45)	290.332
Profissão: Profissional da educação e de atividades acadêmicas	476.782 (11)	217.750 (39)	259.032
Profissão: Comunicadores (radialistas, jornalista)	576.189 (7)	280.999 (24)	295.190
Profissão: Profissões jurídicas	360.229 (17)	337.175 (56)	23.055
Profissão: Funcionário Público	75.574 (3)	263.407 (22)	-187.834
Cargo executivo: Prefeito	356.766 (18)	313.721 (58)	43.045
Cargo executivo: Governador	550.188 (4)	368.117 (6)	182.071
Cargo executivo: Secretário Estadual	582.347 (19)	385.721 (94)	196.625
Cargo executivo: Ministro	1.072.499 (10)	514.226 (11)	558.273
<i>Média</i>	<i>491.810</i>	<i>339.634</i>	<i>152.177</i>

Fonte: Elaboração própria a partir do material do TSE e do Portal da Câmara dos Deputados

Assim, os resultados nos mostram que ter uma experiência na organização partidária está longe de ser irrelevante no volume de recursos doados. Longe de serem irrelevantes, os elos estabelecidos dos candidatos com seus partidos proporcionaram uma conquista maior de recursos empresariais em 2006. Como os dados mostraram, o candidato ter ocupado um cargo na executiva nacional proporcionou um efeito mais significativo nas contribuições empresariais. Logo, os quanto mais nacionalizado era o vínculo partidário, maior quantidade de recursos o deputado recebeu. Novamente, trata-se de um fenômeno localizado nos distritos de alta magnitude. Ou seja, a experiência partidária se mostrou mais relevante nos grandes estados.

4. Considerações Finais

O esforço do presente *paper* consistiu na investigação da relação entre o setor empresarial com o sistema político brasileiro a partir do financiamento de campanhas para Deputado Federal em 2006. Certamente, trata-se de um dos temas mais recorrentes no debate contemporâneo, motivando declarações acaloradas nos meios de comunicação e inúmeras propostas de reformas institucionais. Como foi visto, o volume de recursos doado por empresas às campanhas políticas brasileiras é elevado, o que gera desconfiças em relação às intenções dos doadores e ao comportamento na atividade parlamentar daqueles que receberam os recursos durante as campanhas. A partir de uma análise das doações feitas aos candidatos a Deputado Federal em 2006, buscou-se investigar a relevância de traços da carreira e da trajetória dos candidatos na conquista de recursos das pessoas jurídicas em 2006.

A primeira parte destacou um diálogo que deve ser feito do fenômeno do financiamento de campanhas com o debate em torno das instituições que regem a competição eleitoral e o sistema de governo. Segundo trabalhos de autores como Herbert Alexander e Frank Sorauf, as estratégias de doadores e de candidatos são influenciadas pelos incentivos institucionais de cada sistema político. Por exemplo, uma democracia presidencialista, de sistema eleitoral proporcional de lista aberta levaria a padrões de relações personalistas entre os atores. Nesse ambiente, as empresas, assim como os eleitores, se vinculariam com candidatos individualmente, sendo os partidos pouco relevantes da representação de interesses. A estratégia de análise escolhida para lidar

empiricamente com os candidatos individualmente foi a investigação de suas trajetórias e carreiras. Considerando que os empresários buscam exercer algum tipo de influência na produção de políticas, qual o peso de aspectos ligados às trajetórias dos candidatos na decisão dos doadores empresariais?

Apesar de fragmentados, os resultados sugerem que “as carreiras” foram relevantes na decisão de doar recursos pelas empresas em 2006 aos candidatos a Deputado Federal em 2006. Tanto quando olhamos para as ocupações, que contou com uma forte associação entre “profissões do setor financeiro”, quanto quando olhamos para os cargos ocupados, é possível afirmar que determinados elementos da carreira dos candidatos foram importantes nas decisões dos empresários em 2006. As diferenças dos valores médios doados para determinadas ocupações e padrões de carreiras políticas foram significativas e demonstraram existir uma relação positiva com o montante de recursos doados.

É possível destacar dois pontos que merecem ser aprofundados futuramente. Em primeiro lugar, o “conhecimento especializado” mostrou-se importante para as doações feitas por empresas: além do conhecimento de economistas, bancários e consultores, a experiência nas secretarias e ministérios apareceu como relevante nas carreiras dos deputados. E, em segundo lugar, ter ocupado cargos nos partidos políticos nacionalmente proporcionou aos candidatos uma maior quantidade de recursos empresariais. O fato de um candidato ter sido membro da executiva nacional influenciou no volume de recursos doados aos candidatos em 2006. Ou seja, é possível afirmar que a “vida partidária” de um candidato mostrou ser atraente para as pessoas jurídicas.

Em relação ao último ponto, é possível vislumbrar um resultado inesperado quando pensamos nas conclusões de Samuels e Kinzo sobre o financiamento de campanhas no Brasil. Tratam-se de indícios que nos levam a admitir a hipótese de que a centralização do Congresso brasileiro nos líderes partidários (Figueiredo, Limongi, 1999) pode influenciar de algum modo as decisões das empresas. Certamente, para confirmar tal indício, seriam necessários testes mais rigorosos para olhar cuidadosamente os problemas de endogeneidade contidos nessa relação.

Tais evidências nos sugerem futuros caminhos de investigação, que proporcionaria outras contribuições para esse tema ainda nebuloso e, muitas vezes, carregado de posturas normativas. Apesar de representar um transtorno à teoria democrática, o financiamento de

campanhas deve ser estudado como um importante fenômeno de conexão entre setores da sociedade e o Estado. É por esta ótica que esse estudo está sendo construído, em uma tentativa de se aprofundar nas relações de representação que nossa não tão jovem democracia tem experimentado nos últimos anos.

Bibliografia Citada

ALEXANDER, Herbert (1980) “Political Finance Regulation in International Perspective,”. In: MALBIN, M. Parties, Interest Groups, and Campaign Finance Laws, Washington, DC: American Enterprise Institute for Public Policy Research.

_____ (1989). “Money and politics: rethinking a conceptual framework” In: ALEXANDER, H. Comparative Political Finance in the 1980s. Cambridge: Cambridge University Press.

BRUNELL, Thomas (2005). “The Relationship between political parties and interest groups: Explaining Patterns of PAC Contributions to Candidates for Congress”. Political Research Quarterly, 58: 681-688.

CAIN, Bruce, FERREJOHN, John, FIORINA, Morris (1987). The Personal Vote: Constituency Service and Electoral Independence. Cambridge: Harvard University Press

CARVALHO, José Murilo (2003). Construção da Ordem: a elite política imperial/ Teatro de Sombras: a política imperial. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.

COX, Gary (1997). Making Votes Count: Strategic Coordination in the World's Electoral Systems. Cambridge: Cambridge University Press.

DUVERGER, Maurice (1970). Os partidos políticos. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1970.

HEINZ, Flavio (2006). “Elites Rurais entre representação e política”. In: HEINZ, F. (Org). Por outra história das elites. Rio de Janeiro: FGV Editora.

FIGUEIREDO, Argelina e LIMONGI, Fernando (1999). Executivo e Legislativo na Nova Ordem Constitucional. Rio de Janeiro: Ed. FGV.

KINZO, Maria D'alva (1998). “Funding parties and elections in Brazil”. In: BURNELL, Peter, WARE, Alan (ed.). Funding Democratization. London/ New Brunswick: Transaction Publishers.

KUSHNIR, Karina (2000). O Cotidiano da Política. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.

LEONI, Eduardo, PEREIRA, Carlos, RENNÓ, Lúcio Carlos (2004). “Political Survival Strategies: Political Career Decisions in the Brazilian Chamber of Deputies”. Journal Latin American Studies. 36, 109–130.

LOVE, Joseph, BARICKMAN, Bert. (2006). “Elites regionais”. In: HEINZ, F. (Org). Por outra história das elites. Rio de Janeiro: FGV Editora.

LUCAS, Kevin, SAMUELS, David (2011). “A ‘coerência’ ideológica do sistema partidário brasileiro”. In: POWER, T. ZUCCO JR. C. O Congresso por ele mesmo: auto percepções da classe política brasileira. Belo Horizonte: Editora UFMG, pg. 61-103.

MAINWARING, Scott (2001). Sistemas partidários em novas democracias: o caso do Brasil. Porto Alegre/Rio de Janeiro: Mercado Aberto/Ed. FGV.

MANCUSO, Wagner (2012). “Investimento eleitoral no Brasil: balanço da literatura e agenda de pesquisa”. Paper apresentado no 8º encontro da ABCP.

MANCUSO, Wagner P; SPECK, Bruno W. (2012). “Financiamento empresarial e desempenho eleitoral no Brasil: um estudo das eleições para deputado federal em 2010”. Texto apresentado no VIII Workshop Empresa, Empresários e Sociedade, Curitiba/PR.

MAYHEW, David (1974). Congress: the electoral connection. New Haven: Yale University Press

PANEBIANCO, Angelo (2005). Modelos de Partido: organização e poder nos partidos políticos. São Paulo: Martins Fontes.

PEIXOTO, Vitor (2010). Eleições e Financiamento de Campanhas no Brasil. Tese defendida no IESP (UERJ).

RODRIGUES, Leôncio M. (2002). Partidos, ideologia e composição social: um estudo das bancadas partidárias na Câmara dos Deputados. São Paulo: Edusp.

_____ (2006). Mudanças na Classe Política Brasileira. Publifolha: São Paulo.

SAMUELS, David (2001). “Incumbents and challengers on a level playing field: assessing the impact of the finance campaign in Brazil”. The Journal of Politics, Vol. 63, nº 2.

_____ (2001b). “Does money matter? Credible commitments and campaign finance in new democracies: theory and evidence from Brazil”. Comparative Politics. Vol. 34, nº 1.

_____ (2002). “Pork barreling is not credit clamming or advertising: campaign finance and the sources of the personal vote in Brazil”. The Journal of Politics, vol. 64, nº 3.

_____ (2003). Ambition, Federalism, and Politics in Brazil. Cambridge University Press: Cambridge, New York.

SANTOS, Rodrigo D. (2011) .“Grandes Empresários e Sucesso Eleitoral nas eleições de 2002, 2006 e 2010”. Paper apresentado no 35º Encontro Anual da ANPOCS.

SHUGART, Matthew S., VALDINI, Melody E., SUOMINEN, Kati (2005). “Looking for locals: voter information demands and personal vote-earning attributes of legislators under proportional representation”. American Journal of Political Science, vol. 49, n 2, pp. 437-449.

SMITH, Richard (1995) "Interest Group Influence in the U.S. Congress". Legislative Studies Quarterly, Vol. 20, Nº 1.

SORAU, Frank (1988). Money in American Elections. Scott, Foresman and Company: London/ Illinois.

_____ (1992). Inside Campaign Finance: Myths and Realities. New Haven: Yale University Press.

SPECK, Bruno (2011). “The role of the largest corporate campaign funders in Brazil. A donors perspective on campaign finance. Paper presented at the IPSA-ECPR Joint Conference “Whatever Happened to North-South?” hosted by the Brazilian Political Science Association, University of Sao Paulo, Brazil.

THOMAS, Clive (2001). “Studying the political party-interest group relationship”. IN: THOMAS, Clive (ed). Political Parties and Interest Groups: shaping democratic governance. London: Lynne Rienner Publishers.