

IX ENCONTRO DA ABCP

Eleições e Representação Política

**Candidaturas legislativas, trajetórias políticas e financiamento
empresarial de campanhas.**

Tiago Daher Padovezi Borges (NECI - USP)

Brasília, DF
04 a 07 de agosto de 2014

Candidaturas legislativas, trajetórias políticas e financiamento empresarial de campanhas.

Tiago Daher Padovezi Borges (NECI - USP)

Resumo:

O tão polêmico fenômeno das doações empresariais foi investigado a partir da indagação da influência de variáveis ligadas às trajetórias de cada candidato, nas doações das empresas. Assim, foi feita uma análise da relação entre as doações de empresas às candidaturas para Deputado Federal e alguns elementos de suas carreiras, como experiência executiva, ocupação de origem e vínculos associativos. Utilizando, principalmente, as informações do “Repertório Biográfico” fornecidas pelo portal da Câmara dos Deputados, além das receitas das contas de campanha dos deputados, a análise buscou compreender a relação estabelecida entre “trajetórias” e “financiamento empresarial”. Os resultados apontaram, principalmente, para uma relação positiva entre a experiência em cargos executivos não-eletivos (Secretarias e ministérios) e doações de empresas. Também foi investigado se a legenda partidária proporcionou algum efeito na relação entre trajetórias e financiamento empresarial. Os resultados indicaram a existência de diferenças significativas entre os maiores partidos em relação aos perfis de seus candidatos, proporcionando efeitos expressivos no montante de recursos empresariais doados.

Palavras Chave: Financiamento de campanhas, Partidos políticos, eleições, representação política.

1. Introdução

Apesar da centralidade no debate recente sobre as reformas políticas, a produção acadêmica sobre o financiamento de campanhas sobre o caso brasileiro pode ser considerada ainda incipiente. De modo geral, os temidos “vínculos criminosos”, os indícios de influência desigual na competição e na produção de políticas ainda permanecem nebulosos. Ou seja, trata-se de um tema que ainda suscita questionamentos e demanda contínuos esforços para sua compreensão. O presente texto buscará compreender o fenômeno da relação entre dinheiro e política, a partir de uma investigação sobre os fatores que sedimentam o vínculo entre as candidaturas e o setor empresarial, no momento da doação às campanhas legislativas. Assim, trata-se de tentar desvendar os elementos que influenciam na criação de vínculos entre empresas e candidatos.

O artigo parte de uma lacuna identificada na literatura sobre a distribuição de recursos doados às campanhas eleitorais que se atentou, quase exclusivamente, para um único atributo, ligado às vantagens advindas do fato de o candidato já ocupar o cargo em disputa e desejar a reeleição. Influenciados por estudos sobre o caso americano, exaustivamente preocupados com as vantagens desfrutadas por candidatos “incumbentes”, os trabalhos sobre o financiamento de campanhas, no Brasil, também tem se restringido a olhar a influência apenas a partir do “efeito do incumbente” (*incumbency effect*) para a atração de recursos privados e seus efeitos nos resultados eleitorais.

Assim, o esforço do presente trabalho é investigar o peso explicativo de outras características dos candidatos, como ocupação profissional, experiência em cargos executivos não eletivos etc. A análise partirá do trabalho já desenvolvido em meu doutorado (Borges, 2013), que identificou a centralidade de algumas variáveis para as doações empresariais de campanha, em 2006. Aqui, investigarei, para o ano de 2010, o peso explicativo de elementos das carreiras que denotam uma maior “proximidade com o setor empresarial”, entre os candidatos eleitos e suplentes que exerceram o mandato. Trata-se de um estudo que atentar para três elementos da carreira que indicariam maior proximidade com o setor empresarial, um vinculado à ocupação, outro à vida associativa e o terceiro à experiência política.

Em primeiro lugar, será feita uma revisão bibliográfica que mostrará a inclinação da literatura em investigar o peso da influência de doações de campanha em votos, a partir da problematização do *incumbency effect*. Em seguida, será

proposta uma análise distinta, levando em conta o multifacetado conceito de “capital político”, em que serão identificadas variáveis que servirão para analisar o impacto de determinadas características das carreiras dos candidatos na atração de recursos empresariais. E, por fim, será realizada a análise empírica que foi dividida em duas partes. Primeiramente, será feita uma exposição mais descritiva das variáveis, sendo apresentadas as distribuições e também algumas limitações dos dados. Em seguida, será realizada uma análise multivariada, utilizando o método de regressão linear.

2. A análise unidimensional e o “incumbency effect”

A investigação sobre a importância de determinados atributos dos candidatos na conquista de recursos de campanha se concentrou majoritariamente na influência das ligações dos políticos com a atividade legislativa. Diferente da ambição do presente artigo, a preocupação de tal debate é menos com as motivações das empresas e grupos ao realizar doações, e mais com os efeitos nos resultados eleitorais. De qualquer modo, trata-se de um “traço” dos candidatos que recebeu uma maior atenção, principalmente, dos estudos norte-americanos e, mais recentemente, em trabalhos sobre o caso brasileiro. O que é fundamental para esses estudos é que a qualidade dos candidatos se resume à experiência política no cargo em disputa.

A inclinação da maior parte desses trabalhos é a de tratar dos efeitos das contribuições de campanha na vantagem desfrutada pelos candidatos “incumbentes”¹. Em um estudo sobre as eleições legislativas norte-americanas de 1972 e 1974, Gary Jacobson (1978) identifica que a influência do dinheiro de campanha no resultado eleitoral é mais significativa entre os “desafiantes” do que entre aqueles que desejam permanecer no cargo. Trata-se de um argumento que identifica que uma determinada qualidade do candidato (incumbente/desafiante) influi não apenas na distribuição de recursos, mas, principalmente, na conquista de votos.

Tal argumento mobilizou uma gama de estudos que trataram de comprovar ou refutar a tese de Jacobson(Thomas, 1989; Green e Krasno, 1988; Abramowitz, 1991, Benoit e Marsh, 2010). Trata-se de um tema de investigação centralizado no

¹ É importante destacar que tais trabalhos se vinculam com a preocupação clássica da Ciência Política norte-americana em torno da ausência de renovação na Câmara dos Deputados, que motivou importantes estudos denominados como “distributivistas” (Mayhew, 1974; Fiorina, 1989).

debate acerca do peso de um único atributo dos candidatos nas contribuições e nos seus efeitos no desempenho eleitoral: a presença no cargo legislativo em disputa. Sobre o caso brasileiro, é possível citar os trabalhos de Emerson Cervi (2010), Daniel Marcelino (2010), Vitor Peixoto (2010), que discutem os efeitos eleitorais das contribuições de campanha, olhando para o atributo incumbente/desafiante. Assim, a qualidade investigada por tais autores é a presença do candidato no cargo em disputa, sendo importante para se pensar as vantagens desfrutadas por determinados candidatos na conquista de recursos e de votos.

Ainda pensando nas vantagens que o cargo confere ao candidato, Cherie D. Maestas e de Cyntia Rugeley (2008) separam os desafiantes em dois grupos: os experientes e os inexperientes. Quando se olha a arrecadação de recursos para campanha, constata-se um valor médio mais elevado de contribuições feitas aos experientes, muito próximo daquelas feitas aos incumbentes. Ou seja, as autoras buscam diferenciar o grupo dos “desafiantes” a partir do critério da experiência no cargo disputado. Trata-se de um avanço em relação aos demais trabalhos, por flexibilizar o dualismo das análises usuais, que se atentaram apenas para os efeitos do fato de o candidato ser desafiante ou incumbente. Ou seja, a presença no cargo (*incumbency effect*) cede espaço para a relevância da experiência legislativa.

Incorporando novas variáveis, alguns estudos recentes têm incorporado a variável “gênero” na investigação, sobre os efeitos das doações de recursos nos resultados eleitorais (Coleman, 2001, Sacchet, Speck, 2012; Speck, Mancuso, 2014). Por exemplo, em recente trabalho (2014), Bruno Speck e Wagner Mancuso constataram uma relação positiva entre dinheiro de contribuições e votos entre, principalmente, as candidatas “desafiantes”. Trata-se de um recente esforço de acrescentar outros elementos na investigação sobre o financiamento de campanhas, algo que o presente artigo pretende realizar, embora não se busque observar a relação entre dinheiro e desempenho eleitoral, como a maior parte dos trabalhos têm feito.

3. O capital político, a trajetória do candidato e sua multidimensionalidade

A proposta será de ampliar a preocupação em torno das trajetórias ou das carreiras do candidato, incorporando um conjunto de variáveis, que aqui serão tratadas a partir do conceito de “capital político”, que pode ser caracterizado por ser multifacetado e por depender da construção de uma reputação dos representantes por parte dos eleitores. Ou seja, a ideia é tratá-lo como um conjunto de variáveis explicativas, que podem apresentar associações diferenciadas com as doações empresariais, o que dependerá do modo como a reputação de cada candidato é construída junto ao setor empresarial.

Em primeiro lugar, não se trata de um elemento unidimensional, pois tanto experiências pessoais (familiares e de profissão) quanto organizacionais (partidárias e de associações de interesse) interferem na sedimentação do “capital político” de um candidato. Ou seja, a reputação de um candidato não residiria apenas no fato dele ocupar o cargo em disputa, como também na profissão já exercida, nos vínculos familiares que facilitaram a entrada na política etc. A seguinte definição de Rui Tavares Maluf (2010) exemplifica a variedade de aspectos contidos na constituição do “capital político”:

Pode ser construído ao longo da militância do partido político, mas ser acumulado em arenas circunvizinhas à política, como em um sindicato ou um órgão de representação de classe. Por vezes, esse capital vem de fora da política, ou seja, é convertido a partir de outra atividade que lhe deu credibilidade, prestígio (Maluf, 2010: 47).

Assim, o capital político pode ser compreendido como um conjunto de informações de diversas naturezas, que passam também por ocupações e vínculos prévios à política. O *traço informacional* pode ser apontado como a segunda característica desse fenômeno, sendo um elemento vinculado à comunicação entre os elos da representação, que envolve a produção e difusão de uma “reputação” junto aos eleitores. Logo, em um ambiente de informação incompleta, o capital político serviria como um atalho para que eleitores, financiadores e outros partidos realizem suas escolhas. Trata-se de uma característica que permite pensar uma diversidade de assimilação dos traços das carreiras dos candidatos por parte de eleitores e financiadores.

É possível afirmar que o conceito de “capital político” abrange não apenas a existência de determinadas características e experiências dos candidatos, mas, principalmente, no reconhecimento delas como algo relevante para balizar as decisões políticas. Ou seja, não é suficiente o ator portar determinado traço, o interlocutor (outros políticos, os eleitores, os financiadores de campanha) deve ter conhecimento e julgá-lo importante para a atividade política. Portanto, é possível pensar o “capital político” como um fenômeno que envolve a comunicação e a produção de uma “reputação” junto aos eleitores, aos outros políticos e também às empresas².

Logo, o que será problematizado é o “reconhecimento” de aspectos da carreira de um candidato pelos financiadores de campanha. Traços como a classe social, a formação acadêmica e a experiência política podem ser compreendidos como relevantes para sustentar a escolha de eleitores e daqueles que doam recursos. O esforço será, então, de compreender como o “capital político” pode influenciar, de algum modo, a escolha das empresas, quando doam recursos; ou seja, se é possível identificar o “reconhecimento” da importância política de variáveis ligadas à trajetória de cada candidato por doadores empresariais.

3.1. O capital político e a proximidade com o setor empresarial

Partindo de tal definição, o presente trabalho assumirá que determinado desenvolvimento da carreira de um candidato possa fazer com que ele se aproxime do setor empresarial. Ou seja, passagens e atividades presentes em uma trajetória proporcionariam um contato mais direto com empresas e possíveis doadores de campanha. É possível destacar essa “aproximação” a partir de três aspectos, que se vinculam tanto às fases da vida do candidato que precedem à vida política como aquelas que são construídas nela: 1. Ocupação profissional; 2. Vida associativa; 3. Experiência política em cargos eletivos e não-eletivos.

Em relação ao primeiro ponto, é possível destacar os trabalhos de Leôncio Martins Rodrigues (2002, 2006) e Débora Messenberg (2002), que fazem uma análise da composição social dos deputados eleitos a partir, principalmente, de sua ocupação profissional. Os trabalhos de Rodrigues, por exemplo, apontam que os partidos

²Como Luís Felipe Miguel aponta, o capital político “indica o reconhecimento social que permite que alguns indivíduos, mais do que outros, sejam aceitos como atores políticos e, portanto, capazes de agir politicamente” (2003: 115).

políticos se diferenciam significativamente em relação à ocupação profissional de suas elites políticas, em um argumento que sustenta a importância de elementos “pré-políticos” das trajetórias dos candidatos na explicação dos fenômenos políticos³. O que ambos os trabalhos mostram é que essa variável tem peso significativo no recrutamento partidário e pode condicionar o comportamento político de modo geral. O sistema político brasileiro, portanto, teria absorvido políticos com perfis ocupacionais mais próximos do setor empresarial a partir de partidos como o PSDB, o PMDB, o PFL (atual DEM) etc.

O segundo modo de “se aproximar” com o setor empresarial reside em vínculos associativos que o candidato possa ter tido em sua vida. Trata-se de um elemento que Odaci Luiz Coradini identifica como importante para compreender o modo como as lideranças são distribuídas no sistema partidário brasileiro, em seu trabalho sobre o recrutamento das elites políticas no Rio Grande do Sul (2001). Analisando as candidaturas de 1994 e 1998, Coradini destaca a relevância da trajetória sindical para candidatos de partidos de esquerda e, em candidaturas de partidos de centro-direita, é possível identificar a relevância de associações empresariais e também de ações filantrópicas dos candidatos⁴. Assim, para Coradini, além da ocupação profissional, a vida associativa do candidato influencia no modo como ele se vincula com os partidos e também com o conjunto dos eleitores.

Embora seja difícil afirmar com precisão, tanto a ocupação quanto a vida associativa induzem a construção de vínculos com o setor empresarial de maneira externa à política. A proximidade com o setor empresarial seria sedimentada a partir de mecanismos que, muitas vezes, antecedem à conquista de cargos executivos e legislativos. Diferente de tal inclinação “sociológica”, é possível pensar a aproximação a partir de um terceiro modo, através da experiência em cargos executivos e legislativos. Trata-se de um aspecto que evoca vantagens relativas à visibilidade do cargo, das redes estabelecidas nas atividades públicas e também em um possível conhecimento especializado na produção de políticas públicas.

Assim, ter passagem por cargos públicos pode importar por três fatores: 1. A visibilidade que o cargo fornece ao candidato; 2. O contato com empresas prestadoras

³ Como aponta Rodrigues: “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 e modos de comportamento grupal” (2006: 116).

⁴ Citando um deles, Coradini assim reforça a importância da vida associativa na formação do capital político: “Como principal trunfo de campanha, destaca sua ‘experiência (...) na presidência da CUT do RS e do Sindicato dos Metalúrgicos de Porto Alegre’, mas também sua militância, ‘que começou aos 20 anos’ na Juventude Operária Católica” (2001: 59).

de serviços; 2. O conhecimento (*expertise*) na produção de políticas públicas. Tais elementos podem influenciar significativamente no modo como candidatos se relacionam com empresas e com potenciais doadores de campanha. Diferente dos itens anteriores, a relação de proximidade é construída endogenamente à arena política, por meio das experiências e laços proporcionados por cargos disputados eleitoralmente ou por indicação, como em Secretarias e Ministérios.

3.2. A organização partidária e os vínculos com o setor empresarial

E a importância dos partidos políticos nas carreiras e, conseqüentemente, na aproximação com financiadores de campanha? É possível pensar tal indagação a partir de dois tipos de integração à arena política, apresentados por Angelo Panebianco (2005), em seu trabalho seminal sobre as organizações partidárias. Tratam-se de tipos derivados do modo como o sistema político está organizado, de como as estruturas partidárias podem facilitar ou dificultar determinadas trajetórias. Ou seja, a construção do capital político pode ou não estar condicionada às estruturas partidárias que, dependendo da estrutura institucional e do desenvolvimento dos partidos, tenderia a proporcionar a aproximação dos políticos com os grupos sociais.

O primeiro modo de ser integrado à política, vislumbrado por Panebianco, é *overtical*, que se caracteriza por uma ascensão lenta e gradual no interior da organização partidária. O desenvolvimento é progressivo e o capital político é, majoritariamente, construído a partir de bandeiras e realizações dos partidos políticos. Nesse caso, seriam verificadas carreiras sem mudanças de partidos e que se iniciariam com cargos municipais para, depois de algum tempo, com a disputa de cargos nacionais. Já no segundo padrão de integração, o *horizontal*, ocorre uma entrada meteórica na política, “por cima”, de maneira praticamente autônoma dos partidos políticos. É quando feitos extraordinários e vínculos pré-políticos (ocupacionais e familiares) ganham importância direta no “capital político” do candidato, tornando-o, rapidamente, inserido na disputa de cargos nacionais.

É importante destacar que essa classificação obedece outra, mais ampla, que trata da organização interna dos partidos políticos europeus. Segundo Panebianco, um partido político forte/institucionalizado se caracteriza por uma “forte concentração do controle sobre as zonas de incerteza e, por conseguinte, sobre a distribuição de incentivos organizativos” (2005: 111). De modo geral, trata-se de uma organização

marcada por grande controle de lideranças em relação aos grupos internos e às incertezas proporcionadas pelo ambiente externo. Assim, a integração vertical corresponderia à esse tipo de organização política, marcada por ter seu poder centralizado, por ser relativamente autônoma, o que proporcionaria a grande controle de seus membros e nitidez programática. Logo,

(...) pode-se afirmar também que a institucionalização forte corresponde ao predomínio de 'integrações verticais' das elites: entra-se na organização nos níveis interiores e sobe-se até o vértice; as elites nascem e são 'criadas' dentro da organização [grifo meu]. A uma institucionalização fraca corresponde, por sua vez, uma 'integração horizontal' das elites: entra-se no partido em níveis altos por âmbitos externos [grifo meu], nos quais já se ocupa uma posição de predominância, isto é, convertem-se em recursos políticos de outro gênero (2005: 115).

Em relação ao caso brasileiro, o padrão de relação de integração "horizontal" é o identificado por autores como Scott Mainwaring (2001), David Samuels (2003) e Barry Ames (2003), que sustentam a fragilidade de nossos partidos, em um ambiente institucional que incentivaria carreiras "horizontais", sem qualquer vínculo duradouro e determinante com seus partidos. Para essa interpretação, as motivações e trajetórias dos políticos brasileiros levariam pouco em conta o conteúdo programático dos partidos escolhidos ou a ocupação de cargos nas estruturas internas. De certo modo, é o padrão de carreira que combina com uma interpretação mais ampla acerca de nosso sistema político, que aponta a fragilidade de nossas instituições representativas. Ou seja, o capital político, contendo ou não elementos de aproximação com o setor empresarial, seria sedimentado de maneira independente da organização e das ideologias dos partidos políticos.

Diferentemente, André Marengo (2000) constata uma certa heterogeneidade na relação entre as carreiras e os partidos políticos, sendo identificada uma significativa variação dependendo do partido político. Segundo o autor, é possível constatar a convivência de dois tipos de carreira, muito similares aos apresentados por Panebianco, convivendo no mesmo período histórico, no mesmo ambiente institucional: o "político profissional", que se aproxima do tipo de integração vertical, "forjado a partir de longas carreiras públicas" (Marengo, 2000: 95-6); o "freshmen", composto por candidatos que conseguem êxito sem qualquer ligação duradoura com os partidos, que não possuem uma trajetória progressiva dentro da carreira legislativa. Assim, em determinados partidos é possível identificar a predominância de um capital político mais dependente das estruturas partidárias, sendo qualquer relação com o setor empresarial mediada pelo partido do candidato.

Portanto, é fundamental atentar-se para a importância dos partidos em todo processo de “aproximação” dos candidatos com possíveis doadores empresariais. As carreiras, o capital político construído, podem ter um peso significativo na conquista de recursos de empresas e isso pode ocorrer a despeito das estruturas partidárias. Logo, a proposta é tratar o vínculo com o partido político como uma “variável de controle” na relação entre capital político e recursos empresariais de campanha. O problema que aqui será desenvolvido pode ser apresentado a partir das seguintes questões:

- A. *Qual o peso explicativo de elementos do capital político do candidato que denotam aproximação com o setor empresarial, na conquista de recursos empresariais para as campanhas para o cargo de Deputado Federal?*
- B. *O vínculo com os partidos políticos influenciam na relação entre “capital político” e doações empresariais de campanha?*

4. O financiamento empresarial e os elementos de proximidade do capital político

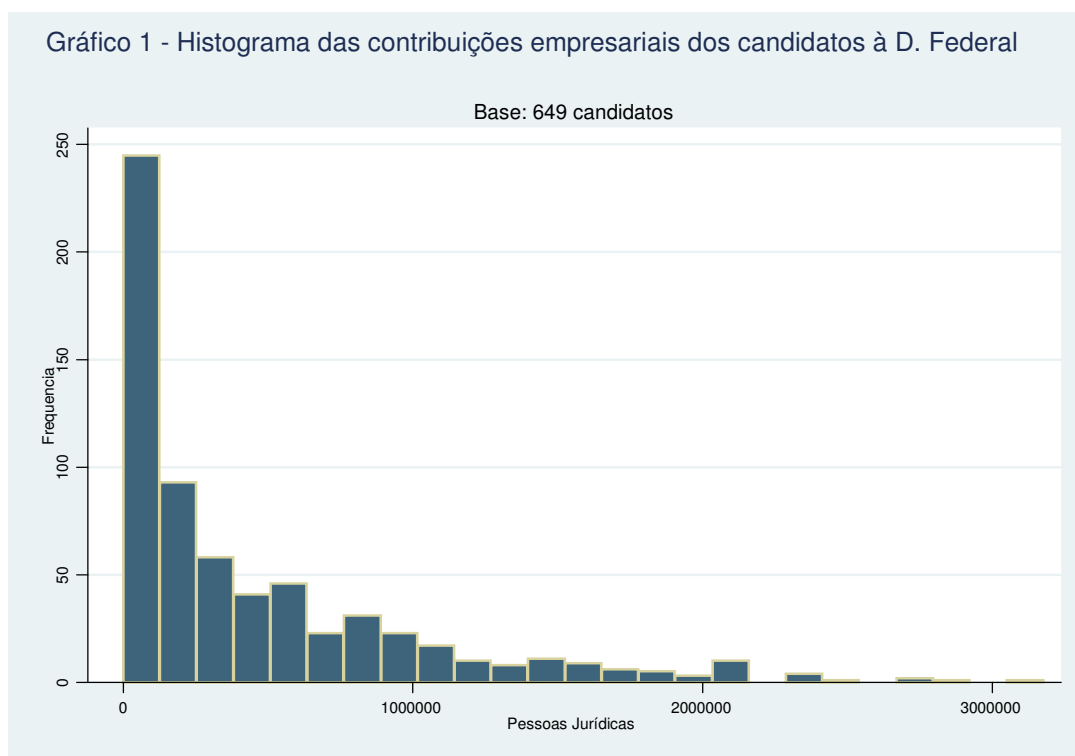
A parte empírica contará com a análise de duas bases de dados: a divulgada pelo Tribunal Superior Eleitoral, que reúne as receitas de campanhas dos candidatos a Deputado Federal, e a coletada no portal da Câmara dos Deputados, no “Repertório Biográfico”. Assim, enquanto a “variável dependente” virá das receitas de campanhas, apresentadas nas prestações de contas⁵, as independentes serão retiradas de informações fornecidas pelos candidatos eleitos à Câmara dos Deputados.

O ano escolhido para a análise foi o de 2010, momento em que o PT disputava a manutenção do cargo de presidente, através da candidatura de Dilma Rouseff, depois de dois mandatos de Lula. Assim, no executivo federal, o contexto era de grande força do PT, em uma disputa polarizada com o PSDB. Em relação às bancadas nas Câmaras dos Deputados, constata-se uma grande força de partidos como PMDB, DEM, PTB, PPS e PSB, além dos dois partidos citados. Assim, o ambiente político muito se assemelhava às competições anteriores, com o

⁵ Foram utilizadas apenas as prestações individuais dos candidatos, não sendo incorporado qualquer valor referente às feitas aos partidos políticos e comitês.

protagonismo do PT e do PSDB na principal competição majoritária e, para os cargos legislativos, uma maior fragmentação.

Em relação ao conjunto de dados utilizados, a análise foi realizada a partir de informações de candidatos eleitos e dos suplentes que assumiram em algum momento o cargo de Deputado Federal. Ou seja, pela limitação das informações de carreira disponíveis no Repertório Biográfico da Câmara dos Deputados, apenas 649 candidatos foram analisados. Certamente, trata-se de uma limitação que dificultará inferências para o conjunto total dos candidatos. Entretanto, apesar de ser o grupo de candidatos que mais recursos receberam de empresas⁶, a distribuição dos recursos apresenta uma grande quantidade de candidatos que receberam uma pequena quantidade de recursos, conforme nos mostra o Gráfico 1. Ou seja, o conjunto de dados disponíveis apresenta uma distribuição que muito se dista de uma “normal”, com uma grande concentração de casos entre aqueles que poucas doações empresariais receberam.



Fonte: Tribunal Superior Eleitoral (TSE)

⁶ O total de valores doados a esse grupo corresponde a 80% de todos realizados por empresas diretamente aos candidatos, que somaram R\$ 371.002.461. A coleta do material foi realizada no início de 2013.

O Gráfico 2 nos apresenta a média das doações feitas diretamente aos candidatos pelos partidos a que eles pertenciam em 2010. Os resultados mostram que os partidos de centro-direita apresentam os valores médios mais elevados, algo que também se constatou em eleições anteriores (Peixoto, 2010; Borges, 2013). O partido que se destaca positivamente é o PSDB, com um valor de doações médias significativamente superiores aos demais. Já o PT, mesmo ocupando o governo federal nos últimos dois mandatos, foi apenas o sétimo partido que, em média, mais recursos receberam a partir de seus candidatos. Outro partido central em nosso sistema político, mas que poucos recursos recebem de empresas, através de seus candidatos, é o PMDB. Tratam-se de casos que, possivelmente, organizam e financiam suas campanhas a partir de outros recursos (partidários e pessoas físicas).



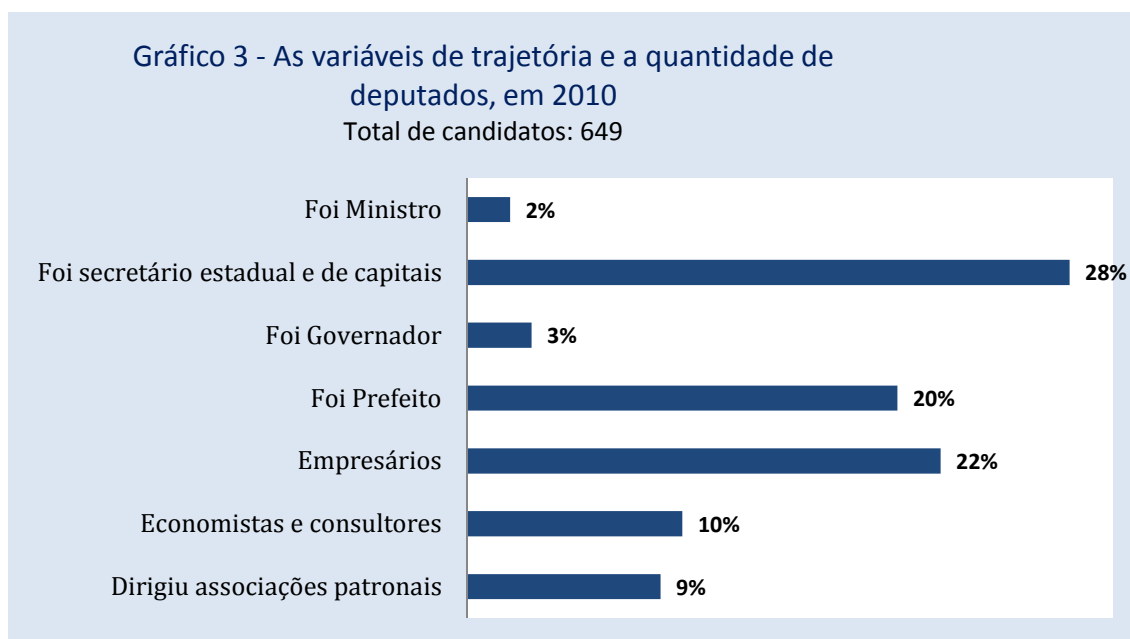
Fonte: Tribunal Superior Eleitoral (TSE)

Em relação às variáveis independentes, é importante destacar que a sua escolha foi sustentada em um estudo anterior, realizado a partir dos dados de 2006 (Borges, 2013), em que se observou a relevância de algumas variáveis ligadas à carreira do candidato. Em tal trabalho, foi constatado que a experiência em cargos executivos não-eletivos, em cargos de direção em associações patronais e em atividades especializadas em conhecimentos de finanças importaram na conquista de

recursos de empresas. Assim, as seguintes variáveis serão testadas em 2010, a partir de uma quantidade maior de candidatos, com a inclusão de uma parte dos suplentes⁷:

- Experiência em cargo executivo não-eletivo: Ministro
- Experiência em cargo executivo não-eletivo: Secretário Estadual ou de Capital
- Experiência em cargo executivo eletivo: Governador
- Experiência em cargo executivo eletivo: Prefeito
- Ocupação/Profissão: Empresário e/ou Administrador de Empresas
- Ocupação/ Profissão: “Especialistas” (Economistas, contadores e consultores)
- Fez parte de associações patronais como diretor/presidente.

O Gráfico 3 nos apresenta a frequência das variáveis independentes, mostrando que os grupos dos candidatos (eleitos e suplentes que assumiram) que já foram ministros (2%) e governadores (3%) são os menores em relação aos demais. Já aqueles que ocuparam o cargo de Secretário estadual ou de capitais são aqueles com número mais elevado (28%). Assim, é possível constatar que a passagem de cargos de secretarias à disputa no legislativo federal não é incomum, podendo ser considerada um importante “caminho” de desenvolvimento das carreiras.



Fonte: Repertório Biográfico dos Deputados Brasileiros (Câmara dos Deputados)

⁷ Enquanto em meu estudo anterior (2013), apenas os eleitos foram analisados, no presente texto também foram incorporados na análise aqueles suplentes que assumiram o mandato até o mês de abril desse ano.

Outro aspecto suscitado no trabalho sobre 2006 foi a importância dos partidos na relação entre carreiras e recursos privados de campanha. O que foi apontado foi que a relação entre conquista de doações empresariais estava ligada a diferentes padrões de recrutamento de nossos partidos políticos. Assim, o vínculo com o partido político será acrescentado como uma variável de controle a partir do fato de o candidato ter mudado ou não de partido ao longo de sua trajetória. Também foram incluídos controles ligados ao pertencimento aos dois principais partidos de nosso sistema político: PSDB e PT. Como foi visto, o dinheiro empresarial está fortemente associado às candidaturas peessedebistas. Trata-se de um importante ponto que deve ser considerado na análise estatística.

Para a análise empírica, foram feitos quatro modelos de regressão linear multivariada, com o cálculo do “erro padrão robusto” (Robust Standard Error)⁸. Para facilitar a análise dos coeficientes, devido aos altos valores, a variável dependente (contribuições empresariais) foi dividida por 1.000. Nos modelos, buscou se atentar, em primeiro lugar, para o efeito das variáveis “de proximidade” com as doações empresariais e, em seguida, observar como elas se comportam com a inclusão de variáveis partidárias que tenderiam a aumentar o seu efeito; e, no último modelo, outras que levariam sua redução. Assim, os modelos podem ser descritos a partir do seguinte quadro:

Quadro 1. Modelos para a regressão linear			
	Variável Dependente	Independentes	Controle
Modelo 1	Contribuições de campanha	1. Foi Ministro; 2. Secretário Estadual ou de Capital; 3. Foigovernador; 4. Foi Prefeito; 5. Empresário e/ou Administrador de Empresas; 6 “Especialistas” (Economistas, contadores e consultores) ; 7. Fez parte de associações patronais como diretor/presidente	-
Modelo 2			Mudou ou não de partido
Modelo 3			1. Mudou ou não de partido 2. Foi eleito pelo PSDB
Modelo 4			1. Mudou ou não de partido 2. Foi eleito pelo PT 3. Cargos diretivos de sindicatos

⁸ Trata-se do procedimento mais adequado quando pressupostos de uma Regressão Linear são violados, como a “normalidade” da distribuição.

A tabela seguinte apresenta os resultados dos quatro modelos propostos, que foram construídos a partir da preocupação de observar qual o efeito que cada variável tem nas doações empresariais. Ou seja, não é o objetivo da análise atentar-se para o peso explicativo do conjunto das variáveis, a partir do valor do R². Como os resultados mostraram, nem todas as variáveis apresentaram relações significativas com os recursos empresariais e o valor do R² é extremamente baixo em todos os modelos.

Tabela 1 - Modelos de Regressão Linear(1)				
	Modelo 1	Modelo 2	Modelo 3	Modelo 4
Constante	386,434***	410,794***	376,961***	393,286***
	29,135	31,94168	30,940	35,703
Foi ministro	562,575*	549,628*	557,691*	559,921*
	245,867	242,499	227,680	244,356
Foi secretário estadual ou de capital	99,045*	108,968*	96,498*	111,715
	49,181	48,648	47,889	49,012
Foi governador	91,417	89,155	57,694	90,479
	168,183	169,15	153,078	170,276
Foi Prefeito	-26,349	-4,864	-20,742	-5,472
	48,823	49,31	47,255	49,449
Ocupação: Empresário	11,128	11,928	37,298	22,407
	53,587	53,385	52,855	54,370
Ocupação: Economista/Consultor	-19,397	-14,017	-2,353	-16,628
	65,416	65,408	63,028	65,202
Dirigiu alguma associação patronal	379,980***	381,168***	368,378***	387,760***
	103,96	103,187	98,976	103,685
Mudou de partido	-	-101,126**	-115,234**	-89,411
	-	43,313	42,838	44,404
É do PSDB	-	-	371,263***	-
	-	-	86,225	-
É do PT	-		-	68,060
	-		-	60,707
Dirigiu algum sindicato			-	-25,562
			-	95,578
N	649	649	649	649
R²	0,0679***	0,0747***	0,1167***	0,0765***
SE do Modelo (Root MSE)	539,56	538	526,06	538,32

(1) *Significância acima de 0,05; ** Entre 0,05 e 0,01; *** Abaixo de 0,01

Os coeficientes, apresentados na Tabela 1, mostram que a experiência em ministérios e em secretarias estaduais e de capitais tem um efeito significativo nas doações de campanha. Trata-se de uma relação que se fortalece quando se inclui a variável de “fidelidade partidária”, se o candidato já havia mudado ou não de partido. Assim, não ter mudado de partido proporciona um aumento do coeficiente das variáveis “Foi secretário estadual” e “Dirigiu alguma associação patronal”. Tratam-se de evidências que reforçam o que já havia sido vislumbrado em 2006 (Borges, 2013), mas a partir de uma nova metodologia. Ou seja, a conquista de recursos de empresas está associada a experiências em cargos executivos não-eletivos e à passagem na direção de associações patronais. E tal evidência se acentua, com exceção da variável “foi ministro”, quando controlamos pela variável “fidelidade partidária”.

Em relação ao modelo 3, quando se inclui a variável de ter sido eleito pelo PSDB, constata-se um aumento do valor do coeficiente da experiência em um ministério, mas o mesmo efeito não se verifica nas demais variáveis que tiveram um efeito significativo nas doações empresariais. É importante destacar que se esperava um aumento dos valores com a inclusão da variável “é do PSDB”, por ser o partido cujos candidatos têm maior protagonismo em relação às doações empresariais. Entretanto, mesmo com uma forte associação da variável dependente com “ser do PSDB”, não foi verificado um aumento significativo dos valores das demais variáveis.

E, no último modelo, quando incluímos as variáveis “é do PT” e “dirigiu algum sindicato”, também observamos poucas oscilações. Tratam-se de variáveis incluídas a partir da ideia de que elas poderiam trazer algum efeito negativo aos coeficientes, devido à possível imagem negativa de um partido junto ao setor empresarial e, principalmente, devido à sua histórica associação com os sindicatos. Assim como no caso do PSDB, a inclusão de tais variáveis não levou aos efeitos esperados nas variáveis que apresentaram relações com as doações empresariais. Tais resultados apontam que a relevância de “ser fiel” independe da sigla, embora essa relação mereça ser investigada em estudos futuros.

5. Considerações Finais

O presente texto buscou tratar da influência do desenvolvimento da carreira do candidato, da construção de seu capital político, na conquista de recursos para as campanhas eleitorais junto às empresas. Trata-se de uma indagação que pode ser vinculada às preocupações contidas em clássicos trabalhos da sociologia política, mas que também incorporou elementos que se passam no interior de órgãos do Estado. Embora, talvez o presente estudo ainda careça de melhorias com a inclusão de variáveis ou mesmo com a alteração do método estatístico utilizado, os resultados mostraram que a vida política e associativa dos candidatos importou na relação com o setor empresarial, no momento eleitoral.

Depois de identificar uma inclinação da maior parte da literatura em olhar apenas para o efeito de um único atributo do candidato (ele estar no cargo e desejar a reeleição), a proposta foi pensar a trajetória a partir do conceito de “capital político”, que tem como principal característica incorporar diversos elementos da carreira do político. Além disso, foi destacado o elemento de incerteza que se pode ter no reconhecimento de tais componentes em relação aos demais atores. Ou seja, embora determinadas passagens e experiências possam denotar um maior contato do candidato com empresários, isso pode não se converter em doações de recursos. Trata-se do problema que o artigo procurou lidar empiricamente, a partir da investigação se determinados atributos do capital político dos candidatos exerceram algum efeito na conquista de recursos empresariais em suas campanhas.

Em uma análise que contou com informações provenientes das prestações de contas dos candidatos e de dados biográficos da câmara dos deputados, a análise mostrou a importância da experiência em cargos executivos não eletivos (ministérios e secretarias) e também da direção em associações patronais. Tal relação positiva se acentua conforme se controla por fidelidade partidária, o que leva a concluir que não mudar de partido proporciona um efeito positivo nesses elementos já destacados. Mesmo sem grandes alterações quando incluímos variáveis específicas dos dois principais partidos, é importante destacar a importância de se ter uma trajetória vinculada a algum partido. Certamente, essa relação merece ser estudada de maneira mais abrangente, incorporando outros partidos e, talvez, outras fontes de rendas das campanhas dos deputados.

O presente artigo buscou, além de responder indagações, sugerir a ampliação do debate acerca da relação entre dinheiro e política, com a inclusão de novas variáveis na investigação de um fenômeno, que pode ser compreendido como de ligação do sistema político com grupos sociais. Trata-se de um trabalho que aponta para a necessidade de se atentar para aspectos que circundam o financiamento de campanhas, como as redes construídas e a produção de políticas públicas nas secretarias e ministérios. Ou seja, os resultados podem ser interpretados como possibilidades de desenvolvimento de investigação desse tema, que tanto tem se debatido e tanto tem sido alvo de esforços de reformas no Brasil.

Bibliografia Citada

ABRAMOWITZ, Alan I. (1991). "Incumbency, Campaign Spending, and the Decline of Competition in U.S. House Elections". The Journal of Politics, Vol. 53, No. 1, pp. 34-56.

AMES, Barry (2003). Os entraves da democracia no Brasil. Rio de Janeiro: Editora FGV.

BENOIT, Kenneth, MARSH, Michael (2008). "The Campaign Value of Incumbency: A New Solution to the Puzzle of Less Effective Incumbent Spending". American Journal of Political Science, Vol. 52, No. 4 (Oct., 2008), pp. 874-890.

BORGES, Tiago D. P. (2013). Candidatos, partidos políticos e interesses empresariais: Um estudo sobre o financiamento empresarial de campanhas para Deputado Federal. Tese apresentada no Departamento de Ciência Política, da Universidade de São Paulo.

CERVI, Emerson U. 2010. "Financiamento de campanhas e desempenho eleitoral no Brasil: análise das contribuições de pessoas físicas, jurídicas e partidos políticos às eleições de 2008 nas capitais de Estado". Revista Brasileira de Ciência Política, No. 4.135-167.

COLEMAN, John, (2001). "The Distribution of Campaign Spending Benefits across Groups". The Journal of Politics, Vol. 63, No. 3, pp. 916-934.

CORADINI, Odaci Luiz (2001). *Em nome de quem? Recursos sociais no recrutamento de elites políticas*. Rio de Janeiro: RelumeDumará.

GREEN, Donald P., KRASNO, Jonathan S. (1988). "Salvation for the Spendthrift Incumbent: Re-estimating the Effects of Campaign Spending in House Elections." *American Journal of Political Science*, 32, pp. 884–907

JACOBSON, Gary C. (1978), *The Effects of Campaign Spending in Congressional Elections*. *American Political Science Review*, Vol.72, No. 2, pp. 469-491.

MAESTAS, Cherie, RUGELEY, Cynthia (2008). "Assessing the 'Experience Bonus' Through Examining Strategic Entry, Candidate Quality, and Campaign Receipts in U.S. House Elections". *American Journal of Political Science*, Vol. 52, No. 3, pp. 520-535.

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

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. Centro de Pesquisa e Pós-Graduação sobre as Américas, UnB.

MARENCO, André (2000). *Não se fazem mais oligarquias como antigamente: recrutamento parlamentar, experiênciapolítica e vínculos partidários entre deputados brasileiros [1946-1998]*. Tese de Doutorado, Ciência Política, UFRGS.

MALUF, Rui Tavares (2010). *Amadores, passageirose profissionais: carreira política na Câmara Municipal de São Paulo*. São Paulo: EditoraBiruta.

MAYHEW, David (1974). *Congress: The Electoral Connection*. New Haven: Yale University Press.

MESSENBERG, Débora (2002). *A Elite Parlamentar do pós-constituente: atores e práticas*. São Paulo: Brasiliense.

MIGUEL, Luís Felipe (2003). "Capital político e carreira eleitoral: algumas variáveis para o Congresso Brasileiro". *Revista de Sociologia e Política*, n.20, p115-34.

MORRIS, Fiorina (1989). *Congress: Keystone of the Washington establishment*. New Heaven/ London: Yale University Press.

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

PEIXOTO, Vitor de M. 2010. Eleições e financiamento de campanhas no Brasil. Tese de doutorado em Ciência Política. IUPERJ.

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.

SACCHET, Teresa and SPECK, Bruno (2012b), Financiamento eleitoral, representação política e gênero: uma análise das eleições de 2006. Opinião Pública, vol. 18, Nº 01, pp. 177-197.

SAMUELS, David (2003). “Financiamento de campanha e eleições no Brasil: o que podemos aprender com o ‘caixa um’ e propostas de reforma”. In BENEVIDES, M. V, VANNUCHI, P., KERCHÉ (org.), F. Reforma Política e Cidadania. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo.

SPECK, Bruno W; MANCUSO, Wagner P.(2014).“A Study on the Impact of Campaign Finance, Political Capital and Gender on Electoral Performance”.Brazilian Political Science Review, Vol 8, No 1, pp;34-57.

THOMAS, Scott (1989). “Do Incumbent Campaign Expenditures Matter?”.The Journal of Politics, Vol. 51, No. 4, pp. 965-976