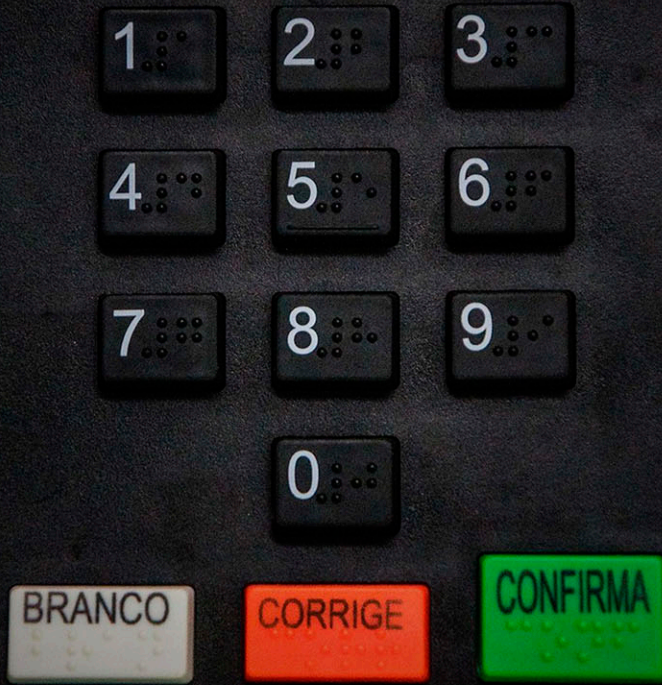


Jeison Giovani Heiler



○ Fenômeno da Reiteração no  
**Financiamento Eleitoral Brasileiro**

Perfil de Financiadores e o Impacto no  
Desempenho eleitoral empresarial





Este livro sustenta que o sistema de financiamento da política é compreendido de modo incompleto por uma boa parte dos analistas. Isso não significa que os analistas estão equivocados e que suas análises sobre o sistema de financiamento eleitoral estejam erradas. Não se trata disso. Porém, argumenta-se que uma importante variável tem recebido pouca ou nenhuma atenção dos especialistas sobre o tema. Esta variável é o tempo. Controlar o financiamento no tempo significa ir mais a fundo do sistema de financiamento da política. Mais especificamente optou-se em observar as estratégias dos *financiadores* no tempo, o que por si desloca a análise aqui empreendida para um terreno menos usual, posto que a maior parte das pesquisas sobre o sistema de financiamento eleitoral foca sua análise nos *competidores* e em como o dinheiro pode afetar a competição política por votos nas democracias. O insight para esta abordagem adveio das investigações no bojo da operação Lava Jato que no Brasil identificaram a formação de redes de financiamento eleitoral que atravessavam governos, pessoas e partidos políticos. Em uma palavra, atravessavam o tempo. Este livro é fruto de um esforço para compreender mais e melhor as estratégias adotadas por empresários ao decidir alocar recursos para patrocinar a competição eleitoral, ou seja, objetivo do trabalho é *fazer uma contribuição original sobre as motivações dos doadores empresariais*. Controlar como os financiadores se apresentam para patrocinar a corrida eleitoral no tempo permite identificar a pertinência com que o fazem e os estímulos e desestímulos para que continuem a fazê-lo. Permite que se possa identificar qual o volume de financiadores que ingressam no sistema a cada eleição e quantos deles permanecem no sistema entre ciclos eleitorais distintos. São estes dados que possibilitam apreender melhor o sistema de financiamento ou o mercado de financiamento eleitoral, como tem sido chamado por alguns autores.



## **O Fenômeno da Reiteração no Financiamento Eleitoral Brasileiro**

## *Direção Editorial*

---

Lucas Fontella Margoni

## *Comitê Científico*

---

**Prof. Dr. Bruno Wilhelm Speck**

Universidade de São Paulo (USP)

**Prof. Dr. Wagner Pralon Mancuso**

Universidade de São Paulo (USP)

**Prof. Dr. Bruno Pinheiro Wanderley Reis**

Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP)

**Prof. Dr. Emerson Urizzi Cervi**

Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP)

**Prof. Dr. Manoel Leonardo Wanderley Duarte Santos**

Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP)

# **O Fenômeno da Reiteração no Financiamento Eleitoral Brasileiro**

**Perfil de Financiadores e o Impacto no  
Desempenho Eleitoral Empresarial**

Jeison Giovani Heiler



**Diagramação:** Marcelo A. S. Alves

**Capa:** Carole Kümmecke - <https://www.behance.net/CaroleKummecke>

**O padrão ortográfico e o sistema de citações e referências bibliográficas são prerrogativas de cada autor. Da mesma forma, o conteúdo de cada capítulo é de inteira e exclusiva responsabilidade de seu respectivo autor.**



Todos os livros publicados pela Editora Fi estão sob os direitos da [Creative Commons 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.pt_BR) [https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.pt\\_BR](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.pt_BR)



Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

---

HEILER, Jeison Giovanni

O fenômeno da reiteração no financiamento eleitoral brasileiro: perfil de Financiadores e o Impacto no Desempenho Eleitoral Empresarial [recurso eletrônico] / Jeison Giovanni Heiler -- Porto Alegre, RS: Editora Fi, 2020.

309 p.

ISBN - 978-65-87340-10-4

Disponível em: <http://www.editorafi.org>

1. Financiamento Eleitoral; 2. Eleições; 3. Democracia; 4. Reiteração; 5. Empresariado; 6. Perfil Financiador. I. Título

---

CDD: 320

Índices para catálogo sistemático:

1. Ciência política            320

*Para Joice, Lenini, Marina, Sabia, Beatriz e Ivone (in memoriam)*





## Agradecimentos

Não somos dados a agradecimentos. Estamos sempre pedindo alguma coisa a qualquer um e quase nunca nos lembramos ou identificamos aqueles direta ou indiretamente responsáveis pelos acontecimentos virtuosos em nossas vidas. Concluir o doutorado é um desses acontecimentos. Principalmente se você foi um desses sujeitos que já almoçou apenas um feijão preto com sal aquecido sobre uma grelha ladeada por uma pilha de tijolos tendo madeira por combustível - no final dos anos oitenta no Brasil não havia política social e poucos podiam pagar pelo botijão de gás - e se você, além disso, é um sujeito que já leu em uma folha de papel o seu nome ao lado de um diagnóstico de câncer e sobreviveu a um linfoma e a um ano de quimioterapia, então esse acontecimento passa a ter um sentido ainda mais virtuoso. Esse é o meu caso.

Acontece que um doutorado não são apenas quatro ou cinco anos e uma peça volumosa de papel. Há o doutorado, mas houve a gestação do doutorado. Seu amadurecimento. O ponto em que ia caindo do pé. O ponto em que o orientador podou as arestas, colheu-o e acomodou-o em sua estufa para que viesse a luz do dia. Naquele ponto em que a ideia do doutorado ia sendo gestada agradeço a médico oncologista Dr. Luiz Carlos Stoeberl que me atendeu pelo SUS e que tem me acompanhado com imensa dedicação por todos estes anos, desde 2006. Agradeço aos idealizadores e a todos que anonimamente lutam para que o SUS possa ser um serviço digno de saúde a toda a população brasileira.

Agradeço à Coordenação de Apoio ao Pessoal de Nível Superior (Capes) pela bolsa de doutorado emergencial recebida no interregno do curso.

Sou muito grato à Sonia e Priscila, da secretaria de Pós Graduação do IFCH sempre muito solícitas e comprometidas com o conjunto de

discentes e docentes do curso. Em seu nome agradeço a todo o conjunto de trabalhadores que se dedicam em todos os espaços da Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP) para ajudar a fazê-la uma universidade pública gratuita e de qualidade.

Agradeço às professoras (divas e doutoras) Walquiria Leão e Raquel Maneguelo e aos professores doutores Andrei Koerner, Armando Boito, Oswaldo Amaral e Bruno Speck, todos da UNICAMP, pelas aulas inspiradoras e pelo exemplo de dedicação legado a docência. Agradeço ao professor Wagner P. Mancuso (USP) pela interlocução indicação de textos e ideias que germinaram ao longo desta tese, a ele também devo observações salutares na ocasião da qualificação.

Agradeço em especial ao meu orientador prof. Dr. Bruno W. Speck, que mesmo em meio ao processo de migração da UNICAMP para a Universidade de São Paulo (USP) decidiu manter a orientação e não me deixou órfão de orientação intelectual. Bruno, como assina carinhosamente os e-mails, esteve sempre muito presente em todas as fases, nos cafés, e almoços nas Cantinas do IFHC nos primeiros anos até nas intermináveis conversas no Skype. Professor além de seu tempo deixaste impregnado teu exemplo e legaste tua incorruptível dedicação à pesquisa. Todos os equívocos eventualmente encontrados neste trabalho são de minha inteira responsabilidade.

Agradeço a instituição Católica de Santa Catarina pela confiança dedicada em quase dez anos de docência na pessoa dos Professores Cicero Dietrich e Maikon Cristiano Glasenapp. Da mesma instituição agradeço à Professora Ivone Lixa amiga de docência e cúmplice atenta das agruras da vida e da academia.

Agradeço aos meus alunos no Curso de Direito da Católica de Santa Catarina, cobaias, conscientes e esclarecidas, para muitas das ideias expressas nas páginas que seguem.

Sou grato aos amigos advogados Mario Cesar Felippi, pai e filho, pelos muitos anos de confidências, confiança e parceria.

Aos colegas da Pós com quem tive o privilégio de poder conviver durante o tempo de permanência no IFCH agradeço o companheirismo. Nomeio em especial Joao Paulo Viana, companheiro de agudas discussões

nas mesas de botequim nos arredores do IFCH, assim como Rodrigo Dollandeli, Bruno Silva, Ivan, Marcelo Borel, Monize, Anilsa, Giovana, Raulino e Roni Coelho. Estes dois últimos que, assim como JP, abriram as portas de suas casas para me acolher em muitas noites campinenses.

Agradeço aos membros do Grupo de Estudos em Política Brasileira da – POLBRAS - da UNICAMP pela proveitosa interlocução e pelas muitas e excelentes sugestões apresentadas ainda na fase embrionária deste projeto.

Devo gratidão especial a Walker Pincerati, Valquirio e Vander, por me acolherem em sua república no centro de campinas nos primeiros meses do doutorado.

Agradeço aos Deputados Estaduais de SC, amigos e companheiros de trincheira, Jean Carlo Leutprecht e Cesar Valduga pela confiança e pela oportunidade de vivenciar por dentro o processo político eleitoral e o processo legislativo na Assembléia Legislativa de SC.

Agradeço à Deputada Federal Angela Albino, amiga querida e companheira de trincheira pelo apoio, interlocução, troca de experiências e especial apreço ao tema desta tese.

Devo gratidão a todos os camaradas do PCdoB pelos anos de militância e aprendizado. Em especial saúdo a resistência na luta pela democracia durante o regime militar e por todos estes anos dos amigos Divo e Raquel Guizoni, Olivia Rangel e Bernardo Joffily.

Agradeço imensamente a minha família, meus pais Alvis, o Sabiá, e Beatriz pelo exemplo e por todos estes anos de muita dedicação apoio e afeto. Devo o que sou a eles e aos meus queridos irmãos, amigos e companheiros para qualquer hora e situação Fábio e José.

Registro meu carinho especial e meu agradecimento aos grandes amigos Curica e Milena, Maicon e Evelyn, Rafael e Marla, Zeka e Ana, por proporcionar o ambiente de camaradagem e apoio para segurar a onda nos momentos mais agudos.

Foram mais de quatro anos de vida dedicados. Centenas de livros ou textos folheados. Centenas de interlocuções e experiências compartilhados. Buscar lembrar-se de todos exigiria um livro de memórias e uma

outra publicação. Certamente exigiria. Sou grato a todos. Esta tese deve muito de seus méritos a todas estas pessoas e instituições.

Finalmente, agradeço de mudo muito carinhoso e especial a minha companheira Joice Pacheco. Pelo estímulo, compreensão, parceria, paciência e por todas as renúncias que fez durante o duro processo de construção dessa tese. Em especial por cultivar o amor nesses dias tristes de intolerância. Sem você, minha vida, não haveria sequer a primeira linha desta tese.

Agradeço aos meus filhos Lenini (12) e Marina (8). Foram muitos e muitos dias de ausência. Durante as viagens, aulas, leituras e na rotina solitária de pesquisa e estudos certamente perdi alguns dos melhores momentos de suas vidas. É preciso confidenciar que Marina fazia contagem regressiva e comemorou o anúncio do fim dos trabalhos. Terá valido a pena, meus filhos, se no futuro vocês puderem viver em um mundo mais democrático do que o presente.

*A visão das pessoas governando a si mesmas como iguais políticos e de posse de todos os recursos e instituições necessários para fazê-lo continuará a ser um programa irresistível, ainda que exigente, na busca por uma sociedade na qual as pessoas possam viver juntas em paz, respeitar mutuamente sua igualdade intrínseca e buscar em conjunto a melhor vida possível. (DAHL, Robert. A democracia e seus críticos, 2012, p. 545)*





## Lista de siglas e abreviaturas

ABCP	Associação Brasileira de Ciência Política	
ADEP	Ação Democrática Popular	
ADI	Ação Direta de Inconstitucionalidade	
AVANTE	AVANTE	70
BNDES	Banco Nacional do desenvolvimento	
CNPJ	Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica	
CNI	Confederação Nacional da Indústria	
CPI	Comissão Parlamentar de Inquérito	
CRFB/88	Constituição da República Federativa do Brasil de 1988	
DEM	DEMOCRATAS	25
FEBRABAN	Federação Brasileira de Bancos	
FEFC	Fundo Especial de Financiamento de Campanhas	
FGV	Fundação Getúlio Vargas	
HPEG	Horário Propaganda Eleitoral Gratuita	
IBAD	Instituto Brasileiro de Ação Democrática	
IDH	Índice de Desenvolvimento Humano	
IGP-M/FGV	Índice Geral de Preços do Mercado – Fundação Getulio Vargas	
IPEA	Instituto de Pesquisas Aplicadas	
IPES	IPES – Instituto de Pesquisas e Estudos Sociais	
LDO	Lei de Diretrizes Orçamentárias	
LOA	Lei Orçamentária Anual	
MPF	Ministério Público Federal	
NOVO	PARTIDO NOVO	30
OAB	Ordem dos Advogados do Brasil	
PAC	Political Action Committee	
PATRI	PATRIOTA	51
PCB	PARTIDO COMUNISTA BRASILEIRO	21
PCdoB	PARTIDO COMUNISTA DO BRASIL	65
PCO	PARTIDO DA CAUSA OPERÁRIA	29
PDT	PARTIDO DEMOCRÁTICO TRABALHISTA	12
PF	Polícia Federal	
PF	Pessoa Física	

PHS	PARTIDO HUMANISTA DA SOLIDARIEDADE	31
PIB	Produto Interno Bruto	
PJ	Pessoa Jurídica	
PMB	PARTIDO DA MULHER BRASILEIRA	35
PMDB	PARTIDO DO MOVIMENTO DEMOCRÁTICO BRASILEIRO	15
PMN	PARTIDO DA MOBILIZAÇÃO NACIONAL	33
PODE	PODEMOS	19
PP	PARTIDO PROGRESSISTA	11
PPL	PARTIDO PÁTRIA LIVRE	54
PPS	PARTIDO POPULAR SOCIALISTA	23
PR	PARTIDO DA REPÚBLICA	22
PRB	PARTIDO REPUBLICANO BRASILEIRO	10
PROS	PARTIDO REPUBLICANO DA ORDEM SOCIAL	90
PRP	PARTIDO REPUBLICANO PROGRESSISTA	44
PRTB	PARTIDO RENOVADOR TRABALHISTA BRASILEIRO	28
PSB	PARTIDO SOCIALISTA BRASILEIRO	40
PSC	PARTIDO SOCIAL CRISTÃO	20
PSD	PARTIDO SOCIAL DEMOCRÁTICO	55
PSDB	PARTIDO DA SOCIAL DEMOCRACIA BRASILEIRA	45
PSDC	PARTIDO SOCIAL DEMOCRATA CRISTÃO	27
PSL	PARTIDO SOCIAL LIBERAL	17
PSOL	PARTIDO SOCIALISMO E LIBERDADE	50
PSTU	PARTIDO SOCIALISTA DOS TRABALHADORES UNIFICADO	16
PT	PARTIDO DOS TRABALHADORES	13
PTB	PARTIDO TRABALHISTA BRASILEIRO	14
PTC	PARTIDO TRABALHISTA CRISTÃO	36
PV	PARTIDO VERDE	43
REDE	REDE SUSTENTABILIDADE	18
SD	SOLIDARIEDADE	77
SPCE	Sistema de Prestação de Contas Eleitorais	
STF	Supremo Tribunal Federal	
STJ	Superior Tribunal de Justiça	
TRE.	Tribunal Regional Eleitoral	
TSE	Tribunal Superior Eleitoral	
UF	Unidade da Federação	

\* A numeração corresponde a identificação numérica do Partido Político quando for o caso.

# Sumário

<b>Prefácio.....</b>	<b>19</b>
Bruno Wilhelm Speck	
<b>Introdução .....</b>	<b>21</b>
Referencial teórico.....	22
Objetivos, problema e hipóteses .....	34
Estrutura da tese .....	37
<b>Capítulo 1.....</b>	<b>42</b>
<b>O sistema de financiamento eleitoral brasileiro</b>	
1.1 regulação do sistema de financiamento eleitoral no Brasil	
1.2 Causas e impactos do financiamento para financiadores de campanha eleitoral.....	50
1.2.1 Financiamento de campanhas na perspectiva dos financiadores.....	51
<b>Capítulo 2 .....</b>	<b>69</b>
<b>A reiteração no financiamento eleitoral</b>	
2.1 O significado da reiteração no financiamento eleitoral .....	69
2.2 O engajamento concentrado e reiterado do financiador empresarial nas eleições de 2010 e 2014 .....	78
2.2.1 Reiteração segundo o valor do financiamento .....	82
2.2.2 Reiteração por Unidade da Federação - UF .....	85
2.3 Análise do perfil dos financiadores exclusivamente reiterados.....	90
2.3.1 Parametros para elaboração dos perfis de financiadores reiterados.....	92
2.3.2 Tipologia dos financiadores reiterados .....	95
<b>Capítulo 3 .....</b>	<b>101</b>
<b>Explicando a reiteração ou desistência no engajamento financeiro eleitoral a partir dos resultados de 2010</b>	
3.1 Notas metodológicas - descrição dos modelos utilizados nos testes de hipóteses ...	101
3.2 Dados descritivos: o que explica a reiteração do engajamento financeiro eleitoral? ....	112
3.2.1 Reiteração segundo valor financiamento.....	114
3.2.2 Reiteração segundo cargo .....	115
3.2.3 Reiteração segundo setor econômico - CNAE.....	117
3.2.4 Reiteração segundo partido e ideologia.....	118
3.2.5 Reiteração segundo resultado eleitoral.....	123
3.3 Teste estatístico: o desempenho eleitoral explica a reiteração no ciclo eleitoral seguinte? .....	130
3.3.1 Teste Regressão Logística bivariada .....	133
3.4 Sumarização dos dados e discussão preliminar dos resultados .....	153

<b>Capítulo 4</b> .....	<b>157</b>
<b>A reiteração como fator de sucesso eleitoral do financiamento de campanhas na eleição de 2014</b>	
4.1 Dados descritivos (exploratórios): sucesso investimento eleitoral do financiador e reiteração .....	163
4.1.1 Resultado eleitoral segundo recursos empregados e reiteração .....	163
4.1.2 Resultado eleitoral segundo cargo e reiteração .....	169
4.1.3 Resultado eleitoral segundo CNAE e reiteração .....	171
4.1.4 Resultado eleitoral segundo Ideologia e reiteração .....	174
4.2 Teste de hipóteses .....	177
4.2.1 Modelo utilizando por base todos os cargos .....	179
4.2.2 Modelo por cargos .....	189
4.3 Discussão resultados .....	201
<b>Capítulo 5</b> .....	<b>210</b>
<b>Perfil dos financiadores de campanha e resultado eleitoral</b>	
5.1 Perfil financiador versus resultado eleitoral .....	212
5.2 Estratégia de financiadores com baixos escores de votos e eleitos em 2010 .....	217
5.3 Teste de hipóteses: financiadores reiterados possuem melhor desempenho eleitoral? .....	225
5.3.1 Perfil por partido versus resultado eleitoral 2014 .....	226
5.3.2 Perfil por Ideologia versus resultado eleitoral 2014 .....	232
5.3.3 Perfil por candidato versus resultado eleitoral 2014 .....	237
5.3.4 Perfil Geral versus resultado eleitoral 2014 .....	241
5.4 Discussão dos resultados .....	243
<b>Considerações finais</b> .....	<b>247</b>
<b>Referências</b> .....	<b>274</b>
<b>Apêndice</b> .....	<b>288</b>

## Prefácio

*Bruno Wilhelm Speck*<sup>1</sup>

O fenômeno do financiamento da competição política por recursos privados no Brasil mobilizou os cientistas políticos brasileiros, que, de posse dos dados divulgados a partir de 2002, não poupou esforços para entender quem são os financiadores das eleições, porque doam, quais candidatos e partidos recebem mais recursos, em quais atividades nas campanhas investem mais e qual o impacto do dinheiro sobre as eleições, os representantes e os governos eleitos. Em pouco tempo os trabalhos sobre a relação entre dinheiro e sucesso eleitoral se acumularam, seguidos pela tentativa de aferir se as doações influenciam as decisões de parlamentares e governantes eleitos. Um segmento de financiadores que sempre mereceu atenção especial pelos pesquisadores são as empresas privadas, responsáveis pela maioria avassaladora das doações.

Jeiso Heiler também integra esse grupo de cientistas políticos dedicados ao estudo do financiamento das campanhas eleitorais. Como outros, ele se dedicou à análise dos doadores empresariais. Mergulhou em bancos de dados com milhares de prestações de contas na busca de padrões, tendências, correlações e causalidades. O seu mérito é dirigir o olhar para um aspecto negligenciado pelos colegas. Enquanto grande parte dos trabalhos trata o financiamento de uma eleição como um processo isolado, a sugestão aqui é olhar para o financiamento de campanhas pela ótica da sequência de várias eleições. A ciência política

---

<sup>1</sup> Professor doutor do DCP-USP, possui graduação em Ciência Política pela Albert-Ludwigs-Universität Freiburg (1989), doutorado em Ciência Política pela Albert-Ludwigs-Universität Freiburg (1994), pós-doutorado no Instituto Max Planck para Direito Penal Comparativo em Freiburg (2000), na Universidade Livre de Berlim (2002) e no Massachusetts Institute of Technology (2013/2014). Atuou como assessor para a ONG Transparência Brasil (2003-2004) e Transparency International (2004-2010). Foi professor doutor do Departamento de Ciência Política da Universidade Estadual de Campinas (1995-2014).

mobilizou esforço considerável para entender a taxa de reeleição de políticos eleitos. O trabalho de Jeison Heiler dirige esse mesmo questionamento aos financiadores. As empresas que financiam uma eleição são as mesmas que fizeram doações nas eleições passadas? Uma vez que a pergunta inicial é feita, outros questionamentos seguem. Quem são esses notórios financiadores? A quem apoiam? E os outros, porque resolveram não financiar nenhum dos partidos na próxima eleição? Seria porque apoiaram candidatos que não foram eleitos?

Para tentar responder essas questões aparentemente simples, com rigor acadêmico, uma série de obstáculos precisam ser enfrentados. Como identificar se a mesma empresa atuou em duas eleições subsequentes? Pelo CPF, pelo nome, pelo setor econômico? E quem é financiado? O partido, o candidato, o comitê financeiro? A empresa que doou um milhão na primeira eleição e dez Reais na eleição seguinte deve ser classificada como ator que permaneceu ou que abandonou o papel de financiador? As grandes ideias iniciais precisam ser defendidas nesse mar de problemas de ordem técnica que o pesquisador enfrenta quando mergulha na realidade dos dados empíricos. O trabalho de Jeison Heiler enfrenta esses problemas com mestria. O texto é bem organizado e guia o leitor pelos vários aspectos da questão da doação empresarial vista pelo prisma do tempo.

O capítulo do financiamento empresarial das campanhas eleitorais pela via legal se encerrou em 2015, quando o Supremo Tribunal Federal e do Legislador decidiram vetar essa modalidade de custear as eleições populares e os partidos políticos. Mas a análise dos dados de duas décadas (1995-2015) de financiamento das eleições sob forte influência do papel do setor privado ainda ocupará por um bom tempo as pesquisas da ciência política brasileira. O trabalho de Jeison Heiler tem um lugar importante nesse esforço coletivo de melhor entendermos as relações entre dinheiro e política no Brasil.



## Introdução

Nesta tese sustento que o sistema de financiamento da política é compreendido de modo incompleto por uma boa parte dos analistas. Isso não significa que os analistas estão equivocados e que suas análises sobre o sistema de financiamento eleitoral estejam erradas. Não se trata disso. Porém, sustento que uma importante variável tem recebido pouca ou nenhuma atenção dos especialistas sobre o tema. Esta variável é o tempo. Controlar o financiamento no tempo significa ir mais a fundo do sistema de financiamento da política. O insight para esta abordagem adveio das investigações no bojo da operação Lava Jato que no Brasil identificaram a formação de redes de financiamento eleitoral que atravessavam governos, pessoas e partidos políticos. Em uma palavra, atravessavam o tempo<sup>1</sup>.

Mais especificamente optou-se, nesta tese, em observar as estratégias dos *financiadores* no tempo, o que por si desloca a análise aqui empreendida para um terreno menos usual, posto que a maior parte das pesquisas sobre o sistema de financiamento eleitoral foca sua análise nos *competidores* (MANCUSO, 2015) e em como o dinheiro pode afetar a competição política por votos nas democracias.

A análise dos financiadores eleitorais no tempo, portanto, é o tema da pesquisa, cujo principal objetivo consiste em compreender mais e melhor as estratégias adotadas por estes atores ao decidir alocar recursos para patrocinar a competição eleitoral, ou seja, objetivo do trabalho é *fazer uma contribuição original sobre as motivações dos doadores empre-*

---

<sup>1</sup> O empresário Emílio Odebrecht, patriarca do Grupo ODEBRECHT, afirmou ao juiz federal Sérgio Moro, condutor dos processos da Operação Lava Jato, em Curitiba, que os pagamentos não contabilizados, o caixa 2, existem há décadas e afetam todos os partidos competitivos no Brasil. Ele depôs como testemunha de defesa do filho, Marcelo Bahia Odebrecht, que está preso desde 19 de junho de 2015. O empresário, que esteve no comando da empresa, desde 1990, deixando o comando em 2002, afirmou enfaticamente “Existia a regra: ou não contribuía para ninguém, ou contribuiria para todos”. (GLOBO, 2017).

*sariais*. Controlar como os financiadores se apresentam para patrocinar a corrida eleitoral no tempo permite identificar a pertinência com que o fazem e os estímulos e desestímulos para que continuem a fazê-lo. Permite que se possa identificar qual o volume de financiadores que ingressam no sistema a cada eleição e quantos deles permanecem no sistema entre ciclos eleitorais distintos. São estes dados que possibilitam apreender melhor o sistema de financiamento ou o *mercado* de financiamento eleitoral, como tem sido chamado por alguns autores. Para realizar esta pesquisa explorou-se o *padrão de comportamento dos financiadores em eleições subsequentes*, o que constitui o objeto da análise.

Com a inclusão da variável tempo, passa a ser possível identificar em que níveis se dá a presença de financiadores reiterados, isto é, atores que se apresentam como patrocinadores da competição eleitoral em mais de um ciclo. A inclusão do tempo enquanto variável permite incorporar financiadores reiterados e não reiterados na análise, oportunizando traçar um conjunto de características suficiente para identificar distintos perfis de financiadores, relacionando tais perfis aos resultados eleitorais. Portanto, fornece um conjunto importante de informações sobre o sistema de financiamento eleitoral como um todo.

## **Referencial teórico**

O pressuposto teórico e conceitual adotado neste trabalho para o tratamento do tema de financiamento de campanhas eleitorais baseia-se nas seguintes premissas: nas democracias há uma competição por influência política e o fator econômico é endógeno à política.

As decisões tomadas pelos governos afetam o bem-estar de grupos particulares e indivíduos. Por isso, é natural que aqueles cujo bem-estar seja influenciado por estas decisões visem influenciá-las (PRZEWORSKI, 2011). Porém, a verdade é que o tema é bastante controverso, havendo uma clara divisão entre aqueles que acreditam que o financiamento em-

presarial se constitui na mera busca por benefícios privados<sup>2</sup> geralmente tidos como antirrepublicanos (GODOY, 2015; PONT, 2015) e aqueles que vêm no financiamento eleitoral não mais do que outra modalidade de participação política (PRZEWORSKI, 2011; SAMUELS, 2001; ANSOLABEHERE, FIGUEIREDO E SNYDER JR. 2003; SANTOS ET AL., 2014; WELCH 1982). Não constitui objetivo desta tese de doutorado avaliar qual das visões acerca do financiamento empresarial estaria mais correta, porém adota-se, para os fins almejados neste trabalho, a hipótese presente naquela segunda visão, isto é, o financiamento eleitoral é mera modalidade de participação política, que se utilizará como referencial teórico das análises aqui empreendidas.

Esta tese ingressa neste debate ao buscar identificar o perfil do financiador eleitoral. Que significados estariam presentes na identificação de perfis mais estratégicos, ideológicos ou a combinação de ambos? No limite, os dados e resultados coligidos na tese podem, ao fim e ao cabo, demonstrar o acerto parcial de ambas as abordagens, isto é, com um conjunto de financiadores buscando satisfazer interesses de curto prazo e com outro conjunto buscando envergar as políticas públicas e os investimentos estatais ao seu próprio interesse no longo prazo, significando comportamento ideológico, vinculando-se a determinadas ideologias ou partidos.

Nesta linha de entendimento, Fonseca argumenta que “obter recompensas futuras por meio da representação política está dentro das regras do jogo democrático” (FONSECA, 2017, p. 32). O pesquisador lembra que parte da literatura especializada, por exemplo, argumenta que doações geram impacto sobre o processo decisório de políticas públicas (BRONARS & LOTT 1997; SANTOS ET AL., 2014; WELCH 1982 *citados por* FONSECA, 2017). Há de se mencionar, ainda, que “Embora empresas possam ter mais poder de negociação em comparação com

---

<sup>2</sup> É o que se colhe, essencialmente, em: MILL, John Stuart. The basic writings of John Stuart Mill. London: RandomHouse, 2002. p. 238; ENGELS, Frederick; MARX, Karl. The german ideology. Tradução do alemão para o inglês de C. J. Arthur. London: Lawrence & Wishart, 1982. p. 68.; WEBER, Max. The protestant ethic and the spirit of capitalism. Tradução do alemão para o inglês de Talcott Parsons. London; York: Routlege, 1997 (Citado por GODOY, 2015, p. 19).

cidadãos individuais, distorcendo o princípio de um voto por indivíduo, ser representado por atores políticos na tomada de decisão ainda faz parte das regras do jogo” (FONSECA, 2017, p. 32).

Assumimos nesta tese a premissa de que o dinheiro é uma variável endógena à política. Neste corolário o dinheiro é uma variável como qualquer outra e se traduz como elemento político e não algo externo, estranho à política e exercendo sobre ela um efeito indesejado. Além disso, a visão de endogeneidade pressupõe que o financiamento da política é influenciado por, e influencia as relações entre partidos, atores políticos, o mercado e o próprio eleitorado, ideia que está presente em vários autores.

Para Przeworski (2011), que pressupõe a endogeneidade do dinheiro na política, a nota distintiva do capitalismo é que ele é um sistema em que a maioria dos recursos produtivos são de propriedade privada, o que leva ao o problema da dependência estrutural do Estado em relação ao capital.

Neste contexto, as empresas participam do processo político financiando com seu dinheiro candidatos e partidos políticos, criando uma espécie de mercado de apostas eleitorais (DOWNS, 2004, SAMUELS, 2003, SPECK, 2010). O fator econômico constitui-se, portanto, como um fator endógeno à política, pois é apenas mais uma manifestação das distintas forças sociais em disputa na sociedade (SPECK, 2010).

Porém, o dinheiro, como já alertara o economista Minsky (2008), não é neutro. Se as empresas participam do processo político competindo por influência (PRZEWORSKI, 2011) e buscam maximizar seus dividendos em um comportamento que é aberto à toda a sociedade, é de se esperar que os financiadores:

- A) Contribuam reiteradamente para manter a sua influência (taxa reiteração);
- B) Disputem entre si a maior capacidade de exercer influência política. (busquem resultados políticos).

Essas duas assertivas, se confirmadas por intermédio da análise empreendida nesta tese, podem ajudar a reforçar as explicações a respeito

to da lógica de mercado do sistema de financiamento eleitoral, revelando atores estratégicos que também são movidos por interesses ideológicos. Essas assertivas orientaram a análise empírica produzida e que será apresentada nos capítulos dois a cinco do presente trabalho. Basicamente, a confirmação destas assertivas passa pela compreensão das estratégias adotadas pelos financiadores eleitorais.

***O que explica o engajamento financeiro eleitoral: financiadores eleitorais são movidos pelos mesmos interesses?*** Assumimos neste trabalho o pressuposto de Przeworski para quem o ambiente de financiamento eleitoral traduz-se como um cenário em que uma pluralidade de grupos de interesse ou empresários participam livremente do que estamos chamando de mercado eleitoral de apostas. Cabe saber se os dados sobre a reiteração no financiamento eleitoral confirmam ou não este suposto. De acordo com essa lógica, os atores econômicos (financiadores) competem entre si buscando converter as fichas simbólicas econômicas (dinheiro) na moeda política (poder). Traduzindo-se: o poder é tido como uma dentre quaisquer ações que sejam adotadas para fazer com que a vontade de um(ns) prevaleça(m) sobre a vontade de outro(s).

Como resultado, existem dois mecanismos pelos quais os recursos são alocados para usos e distribuídos entre famílias: o mercado e o Estado. Os indivíduos são simultaneamente mercado, agentes e cidadãos. O *mercado* é um mecanismo em que os recursos são alocados por seus proprietários. O *Estado* também é um sistema que aloca recursos, incluindo aqueles que não possui, com direitos distribuídos diferentemente do mercado. O *mercado* é um mecanismo descentralizado: famílias e empresas decidem como alocar os recursos que possuem. O Estado é um mecanismo centralizado: ele coage agentes econômicos a fazerem o que não teriam escolhido fazer voluntariamente.

Dada a coexistência desses dois mecanismos, (mercado e Estado), Przeworski propõe a seguinte maneira de ver o processo político:

Atores políticos revelam as suas preferências para as políticas a serem votadas. Os resultados são as políticas, tais como a taxas de imposto, que se pressupõem serem implementadas pelos governos eleitos. Em seguida, os agentes econômicos buscam maximizar sua utilidade, *sujeita à restrição da política*, decidindo quanto vão guardar/aplicar e quanto vão investir (no setor de produção, por exemplo). O resultado é uma alocação de recursos para uso e uma distribuição de renda.

O efeito restritivo da propriedade privada sobre as decisões coletivas pode ser percebido neste processo. O constrangimento de agentes com diferentes poderes de doações depende da magnitude destas doações e da elasticidade com as quais elas são fornecidas. O constrangimento do poder do capital decorre do fato de que nenhuma organização ou ação coletiva é necessária para esta restrição de poder: é suficiente que cada empresa busque de forma independente o seu próprio interesse. Assim, ao mesmo tempo em que o Estado pode ser politicamente dependente do trabalho ou outros grupos organizados, é estruturalmente dependente do capital. Em outras palavras, “Porque a coletividade depende de decisões privadas para a realização dos seus objetivos, a sua escolha política é limitada e é limitada a gama de resultados que pode gerar” (PRZEWORSKI, p. 5). O fato de que o engajamento de financiadores eleitorais no processo político, através de seu dinheiro, pode funcionar como mecanismo de controle de desvios republicanos e não o contrário, como comumente aceito. De modo mais simples como Becker (1983, apud Przeworski, 2011, p. 6) argumentou, “all politics is a process of competition for influence”.

Neste sentido, entendemos que o papel da identificação da reiteração que será tratado nos capítulos seguintes deste trabalho é importante para compreensão das motivações dos financiadores. Problematizamos aqui a lógica segundo a qual normalmente os financiadores são tomados, ou seja, como possuidores de interesses unívocos.

Financiadores, conforme descreveu Speck (2016), podem ser orientados pelo desejo de interferir no resultado eleitoral, deslocando o momento da definição do resultado eleitoral (no sentido expressado aci-



ma), ou simplesmente podem estar interessados em garantir alguma influência sobre os eventuais vencedores.

Em última análise, responder porque financiadores reiteram ou desistem do engajamento financeiro nos processos eleitorais pode revelar os interesses diversos que motivam a tomada de decisão do financiador e as estratégias dentre aqueles que reiteraram conservar ou não vínculos com candidatos, partidos ou ideologias, levando à identificação de distintos perfis de financiadores. Esta tese desenvolveu-se a partir dos modelos de pelo menos três perfis de financiadores: *Vinculados*, *Desvinculados* e *Estratégicos*.

*Vinculado* seria o financiador que, a despeito de outras variáveis, manteve o apoio financeiro ao candidato ou partido político, provavelmente por possuir outros vínculos com seu patrocinado. Seria, hipoteticamente, o caso de um financiador ideológico que investe em partidos ecológicos ou ambientalistas. Esse financiador repassaria recursos ao seu candidato ou partido patrocinado, a despeito do resultado eleitoral no ciclo anterior, por exemplo. Outro exemplo de vínculo seria aquele de eventuais acordos travados entre financiados e financiadores antes da ocorrência das eleições, que neste caso também manteriam financiadores fiéis aos seus patrocinados, apesar de uma má avaliação prévia dos eleitores.

De outro lado, os *financiadores estratégicos* e *desvinculados* seriam ambos mais sensíveis à variação da avaliação prévia que fazem os eleitores dos candidatos e partidos. Neste cenário, um candidato ou partido que tivesse obtido um desempenho ruim em uma eleição deixaria de receber doações e o dinheiro migraria para os candidatos ou partidos que estivessem mais bem avaliados pelos eleitores nas urnas, na eleição seguinte. Do lado do financiador, seria possível identificar a migração do dinheiro para candidatos e partidos distintos entre diferentes ciclos eleitorais. Além disso, como há uma pluralidade de grupos de interesse e de financiadores, tais grupos vão competir pela influência política e cada financiador pode aproveitar-se livremente das doações já realizadas por outros competidores (GROSSMAN E HELPMAN, 2001, p. 339). Deste modo, os

resultados eleitorais prévios induzem doações e estas doações, por sua vez, poderiam induzir e entrada de novos financiadores desvinculados.

No mercado político, dinheiro significa influência política. Para que a influência se materialize, o partido patrocinado pelo financiador precisa vencer o pleito eleitoral. Por esta razão, seria esperado que os financiadores estratégicos ou desvinculados devam reagir às diferentes variáveis políticas preditoras do voto, tais como o resultado eleitoral prévio e fatores que atestem o capital político do candidato ou partido.

É importante notar que traduzimos o dinheiro como fator endógeno a política em toda esta análise. Inobstante, a presença de um grupo de doadores, ou determinados setores econômicos investindo reiteradamente e com grandes investimentos na compra de influência política não pode inibir a presença de outros competidores? Em outras palavras, não seria a variável que estamos apresentando aqui (reiteração) que explicaria o baixo número de CNPJ's (Cadastros Nacionais de Pessoa Jurídica) participando do processo de financiamento eleitoral? Em determinados cenários é possível inferir que competir, exercendo e lutando por influência política, possa tornar-se excessivamente oneroso. Assim, um dos efeitos da influência desigual do dinheiro na política pode ter como resultado que "It increases the total costs of political competition" (SAHUGUET AND PERSICO, 2006). Como explicar que com milhares e milhares de CNPJ's registrados na receita federal o percentual de participação política dos financiadores seja relativamente modesto e consideravelmente concentrado?<sup>3</sup> Estas questões justificam que tenhamos escolhido a reiteração como fator a ser observado neste processo de competitividade política. É elementar que mesmo o mercado financeiro receba constrangimentos e regulação para a manutenção de taxas de competitividade saudáveis, coibindo práticas de concentração

---

<sup>3</sup> Nas eleições de 2010, segundo Mancuso e Ferraz (2012) as empresas doaram cerca de 75% dos recursos para as campanhas eleitorais no Brasil. Neste contexto, mais de dezenove mil empresas fizeram doações para as campanhas, mas apenas setenta empresas ou grupos foram responsáveis por metade de todas as doações empresariais. De acordo com levantamento efetuado por Speck (2014) "Em relação ao universo das empresas, o grupo que contribui abrangeu 18 mil empresas em 2010. No censo das empresas do IBGE em 2011, 4,6 milhões de estabelecimentos foram levantados (IBGE, 2011). Os doadores correspondem a 0,4% desse universo".

excessiva de capital, dumpings, carteis, etc. Portanto, observar se processos semelhantes de concentração ocorrem no mercado de apostas eleitoral é mais do que justificável. Este foi um dos propósitos da abordagem empírica descrita nos capítulos que seguem.

Esta tese de doutoramento pretende afirmar a importância da compreensão do significado do financiamento da atividade política. Este é um assunto que parece pouco discutido e mal assimilado no Brasil. Fato de que é prova é a recente proibição de fluxos de capital privado para o financiamento da atividade política eleitoral, levada a cabo pela atividade judiciária (ADI n. 4.650 apreciada pelo STF (Supremo Tribunal Federal) e pela Lei 13.165/2015, resultados de um tencionamento crescente entre Legislativo, Executivo e Judiciário e, por que não, de um tensionamento entre Estado e mercado<sup>4</sup> (SANTOS, 1994).

O argumento que se espera amparar é o de que o constrangimento completo do fluxo de recursos econômicos descuida do fato de que tais recursos, em última análise, manifestam não mais do que um canal de disputa de diferentes interesses, muitas vezes absolutamente antagônicos, pela primazia do Estado.

Sabe-se que os detentores de poder sempre procurarão meios para poder exercê-lo. Dado que nas sociedades capitalistas a concentração econômica é fato, seria descabido crer que o poder derivado de tal concentração não exercesse influência sobre as ações estatais. Proibir que esta influência flua sob canais regulamentados e conhecidos, tais como os sistemas de financiamento eleitoral e de prestação de contas que no Brasil no ano de 2014 registraram o trânsito de somas fabulosas, poderia significar perder o controle democrático sobre tais manifestações de poder.

O argumento/hipótese é o de que o dinheiro não significa nada mais, nem menos, como aduziu Gidens (1991), do que fichas simbólicas. Neste caso em particular representariam o intercâmbio do poder econô-

---

<sup>4</sup> Para Boaventura de Souza Santos é presente uma relação de desequilíbrio entre os pilares de regulação e emancipação que explica os déficits de cidadania. Para o autor, “o desequilíbrio no pilar da regulação constitui globalmente no desenvolvimento hipertrofiado do princípio do mercado em detrimento do princípio do Estado e de ambos em detrimento do princípio da comunidade. Trata-se de um processo histórico não linear” (SANTOS, 1994, p. 204).

mico em influência política. Ao reiterar o financiador busca manter a cotação inicial desta ficha simbólica no jogo político. Neste corolário:

- i) Se o financiador não reitera, desistindo o engajamento financeiro eleitoral, é porque não conseguiu converter as fichas simbólicas (dinheiro) em influência política nas urnas;
- ii) Se reitera, é porque foi bem-sucedido nessa conversão e deve atuar para manter a cotação, ou seja, o nível de influência obtido com seus recursos econômicos;
- iii) O fato de obter melhor resultado eleitoral em um ciclo seguinte (2014, neste caso) atesta a maior influência obtida (e o sucesso na sua manutenção). Pressupõe-se que financiadores, uma vez que atinjam elevados graus de influência política, devem atuar para buscar proteger a posição de influência obtida, o que incluiria atuar para restringir a entrada de novos financiadores no mercado.
- iv) Os financiadores, ao lutar por influência, devem acumular algum aprendizado, o que pode traduzir-se em determinados financiadores (perfis, ou setores econômicos) mais bem sucedidos do que outros.

O item i refere-se ao contingente de financiadores não reiterados, que será identificado no capítulo dois. O item ii refere-se aos financiadores reiterados, também identificados no mesmo capítulo. O item iii cobre o financiador que, por ser reiterado, obteve melhor sucesso na eleição subsequente, tema que será testado no capítulo quatro. O item iv será objeto da abordagem presente no capítulo cinco, que testará se determinados perfis logram melhor êxito eleitoral do que outros, considerados apenas os financiadores reiterados.

Com a apresentação da reiteração do financiamento eleitoral no Brasil, nas eleições de 2010 e 2014, tem-se por escopo demonstrar como essa canalização de interesses vinha se dando e amadurecendo alcançando cifras de recursos que foram declaradas em valores recordes no país.

Um debate comum sobre o crescente aumento no volume de recursos a cada campanha eleitoral no Brasil diz respeito a saber se esse crescimento pode ser atribuído ao encarecimento das campanhas eleitorais, ou ao incremento das prestações de contas com a redução dos recursos não declarados (SPECK, 2012). Sabemos que muitas podem ser

as interpretações a esse respeito, como, por exemplo, o aperfeiçoamento e institucionalização do Sistema de Prestação de Contas Eleitorais (SPCE) do Tribunal Superior Eleitoral (TSE). Uma abordagem diferente desta última guardaria referência chamada “corrida armamentista por recursos” (DUSCHINSKY, 2002), ou seja, uma disputa cada vez maior entre os candidatos por financiamento de campanha. Sem prejuízo destas considerações, a série de constrangimentos criados pela legislação eleitoral e o aperfeiçoamento do sistema de prestação de contas no Brasil nos levam a assumir a tese de que houve um certo amadurecimento do sistema de financiamento eleitoral, interrompido pela Lei 13.165/2015<sup>5</sup>.

Nesse contexto, parece ser razoável pensar na supressão do direito de que as empresas possam exercer influência política em economias capitalistas, pelo simples fato de que elas provavelmente não tomarão conhecimento de tal proibição. Como já dissera Maquiavel, "o modo como vivemos é tão diferente daquele como deveríamos viver, que quem despreza o que se faz e se atém ao que deveria ser feito aprenderá a maneira de se arruinar e não a defender-se" (2002, p. 82). Assim, se é fato como demonstra uma boa parte das análises sobre o tema, que as doações de campanha resultam em benefícios para os financiadores, favorecendo o acesso dessas aos recursos públicos (CLAESSENS, FLEIJEN e LAEVEN, 2008; LAZARINI, MUSACCHIO, BANDEIRA DE MELO e MARCON, 2011), cabe, ou não, compreender tal processo como medida legítima aos sistemas democráticos?

Se for mesmo correto que o Estado pode ser constrangido a agir em nome do capital, é necessário que se identifique (e que se controle, sob o viés republicano) os mecanismos desse complexo engenho. Przeworski,

---

<sup>5</sup> Speck (2016, p. 45) identificou valores crescentes, entre 2002 e 2006, bem como entre 2006 e 2010, e uma tendência para a estagnação entre 2010 e 2014. Há ressalvas, pois “No entanto, essas diferenças em parte são resultado e fatores externos à alocação de recursos. Em primeiro lugar, as prestações de contas de 2002 e 2010 não incluíamos recursos doados aos partidos políticos de dados completos sobre as eleições para presidente em 2002. Em terceiro lugar, as disputas eleitorais apresentam variações entre os anos, em função da variação do número de disputas eleitorais. Na eleição para senador, a disputa varia entre uma e duas vagas sendo disputadas. Na eleição para presidente e governador, o número de eleições com um segundo turno influenciou também o volume mobilizado entre vários pleitos”. Para as campanhas presidenciais, comparando os dois últimos pleitos, o autor identificou um crescimento de 89%

ao empreender esta análise, a fez sob três grandes perspectivas. Primeiro, sob a égide da democracia, pergunta até que ponto o Estado é responsivo ao "governo do povo". Depois, ao abordar o problema sob a perspectiva do Estado, a preocupação está em identificar seus diferentes graus de autonomia na persecução de seus próprios interesses, ou dos fins do Estado. Por fim, ao abordar o governo do capital, busca responder à questão orientadora do seu trabalho de maneira mais direta: é possível conduzir a economia contra interesses e preferências dos que controlam a riqueza produtiva? Diante deste contexto, a regulação do financiamento eleitoral passa a significar a via eleita para articular as possibilidades democráticas de organização dos interesses econômicos presentes em sociedades pluralistas. Desta forma, longe de possuir um conteúdo anti-democrático, a organização dos interesses no seio de uma Poliarquia, por intermédio da garantia de fluxo de capitais para influenciar as campanhas eleitorais, pode ser símbolo de sua força e estabilidade. Impedidos de articular seus interesses pelas vias democráticas há que se considerarem as chances muito plausíveis de que os interesses econômicos continuarão a atuar para garantir que suas pretensões sejam realizadas pelo Estado por outras vias.

Assim, mesmo que desfraldado aquele cenário mais perturbador resenhado por Przeworski (1994), no qual interesses econômicos fortemente organizados diante de forças populares também organizadas poderiam eleger vias facistas para descortinar seus interesses, seria recomendável permitir, sob regras democráticas, que todos os interesses tenham oportunidade de materialização. Trata-se de uma opção que com o financiamento eleitoral privado proibido deixa de estar disponível. Assim, se é possível tentar pensar em uma compatibilização da democracia com o capitalismo, necessariamente tal compatibilização passa pela completa apreensão do sistema de financiamento eleitoral e das lógicas que comandam o processo de tomada de decisão para o engajamento de empresários no financiamento eleitoral.



Ficará demonstrado que as empresas têm aderido ao sistema de financiamento eleitoral no Brasil, o que se manifesta na presença reiterada dos principais atores econômicos brasileiros envolvendo-se diretamente no financiamento das principais forças políticas presentes. Porém, quais os significados de tal engajamento? Constituir-se-iam como fatores de debilidade ou de força institucional da jovem democracia brasileira? Sustentamos a tese/hipótese de que financiadores reiterados se distinguem de financiadores não reiterados e que tal distinção seria marca distintiva desse engajamento com a democracia. As disputas travadas por influência política no mercado eleitoral seriam marcas da ampla possibilidade democrática consagrada no Brasil, depois de mais de 20 anos de ditadura.

Acumular informações sobre o engajamento reiterado é fundamental para que se percebam as inúmeras matizes que colorem as razões que levam o empresariado ao engajamento financeiro eleitoral. Longe de ser um retrato em branco e preto que muitos emolduram para defini-lo, o papel do dinheiro na política é repleto de nuances. McMenamim (2012) realizou um trabalho pioneiro comparando as motivações que levariam ao financiamento eleitoral em diferentes países no Canadá, Alemanha e Austrália. No Canadá, até a proibição de doações de empresas, em 2004, os financiadores tendiam a se comportar de forma pragmática. Muitas empresas procuraram um benefício improvável, mas potencialmente grande, em troca de uma contribuição pequena, mas garantida, para um partido. Na Alemanha, os financiadores tendiam a se comportar ideologicamente. Um pequeno número de empresas concede contribuições pequenas, mas certas, para um partido como expressão de uma preferência política. Na Austrália, o pragmatismo domina, mas há também uma preferência ideológica para a direita. Esta mistura de motivações é combinada com uma alta taxa de contribuições. Esses padrões estão associados com diferenças fundamentais em economias políticas e sistemas partidários. Os financiadores pragmáticos no Canadá e na Austrália estão em economias de mercado liberais, enquanto a Alemanha tem uma

economia de mercado coordenada. Dois principais partidos tradicionais do Canadá eram quase indistinguíveis ideologicamente, enquanto os partidos da Austrália competem em uma base esquerda-direita.

Em suma, a tensão entre as moedas do mercado e da democracia, entre dinheiro e votos, como chama a atenção McMenamim, é um aspecto de primeira grandeza, que, porém, tem sido pouco estudado (2012, p. 4). Esta tese tem a pretensão de contribuir para ajudar a preencher esta lacuna.

### **Objetivos, problema e hipóteses**

O objetivo geral desta tese de doutoramento é investigar as motivações dos financiadores adotando como sistemática de controle identificar se as doações eleitorais de empresas que apresentam interação entre diferentes eleições. Em outras palavras, *se inquirere quais os tipos de vínculos que se estabelecem entre financiador, partidos e candidatos e se verifica se estes vínculos subsistem entre diferentes ciclos eleitorais*. Dessa forma, é possível aperfeiçoar as classificações sobre os perfis dos financiadores e sobre o que sabemos sobre estas relações que se estabelecem entre eles. Uma das hipóteses mais gerais decorrentes desta análise empreendida nesta tese consiste no suposto de que os financiadores acumulam aprendizado ao longo do tempo, configurando-se em torno de determinados padrões ou perfis de financiamento. Como consequência desse aprendizado desenvolveriam uma expertise que se traduziria em melhores resultados eleitorais quando comparados com empresas que se engajam no financiamento eleitoral pela primeira vez. Portanto, a diferença positiva de votos/eleitores, controladas outras variáveis, atestaria esse acúmulo de experiência decorrente do engajamento reiterado.

Os objetivos específicos dos estudos empreendidos nesta tese de doutoramento dizem respeito a: i) investigar a existência da reiteração entre financiadores eleitorais e seus níveis; ii) identificar a variação da reiteração segundo a unidade da federação, valor do financiamento, cargo, partido, ideologia, setor econômico e resultado eleitoral; iii) investigar

quais seriam os fatores determinantes da reiteração entre os ciclos eleitorais; iv) verificar se os financiadores reiterados possuem, em relação aos financiadores novatos, melhor desempenho eleitoral no ciclo em que se efetivou a reiteração (2014); v) comparar as doações de financiadores eleitorais nos ciclos de 2010 e 2014, observando se houve ou não identidade de cargos, partidos, ideologias e candidatos financiados nos dois ciclos; vi) identificar, a partir da comparação do financiamento nos dois ciclos, distintos perfis de financiadores; vi) testar se determinados perfis de financiadores logram obter melhor desempenho eleitoral em contraste com outros perfis identificados.

A partir deste conjunto de objetivos a pesquisa foi orientada, basicamente pelos problemas de pesquisa que podem, sucintamente, ser resumidos ao seguinte: a) Qual a importância da reiteração no sistema de financiamento eleitoral privado (empresarial) brasileiro? b) Qual a população de financiadores reiterados no universo total de empresas que opta por se engajar financeiramente no processo eleitoral brasileiro? c) Quais os fatores determinantes para a ocorrência da reiteração ou desistência no financiamento eleitoral? d) A reiteração no financiamento entre diferentes ciclos tem impacto positivo no desempenho eleitoral do financiador? e) Qual o perfil do financiador eleitoral brasileiro? f) Determinados perfis de financiador são mais bem-sucedidos em relação ao resultado eleitoral?

Para atender a este conjunto de objetivos em termos metodológicos o desenho de pesquisa envolveu o desenvolvimento de três distintos modelos de análise. tomando por base as declarações de gastos dos partidos e candidatos para o TSE, nas eleições de 2010 e 2014. Estes modelos corresponderam respectivamente aos capítulos três, quatro e cinco. A sistemática para construção deste desenho de pesquisa encontra-se por menorizada no início do capítulo três<sup>6</sup> (item 3.1), sucintamente:

---

<sup>6</sup> Optou-se por apresentá-la naquela seção e não na introdução, diante da realtiva complexidade do modelo, buscando simplificar a apresentação inicial do projeto da tese.

- i) No primeiro modelo, a variável dependente foi a reiteração e as variáveis independentes, ou explicativas, foram resultado eleitoral (2010), financiamento eleitoral, cargo, ideologia, setor econômico e número de candidaturas. Neste modelo, a base de dados correspondeu a informações da eleição de 2010. O teste estatístico foi realizado por intermédio de regressão logística bivariada.
- ii) No segundo modelo, por intermédio do teste de regressão linear multivariada, foi testado o efeito das variáveis independentes: reiteração, valor do financiamento, ideologia, setor econômico e número de candidaturas sobre a variável dependente, que neste caso foi o resultado eleitoral obtido na eleição de 2014. A base de dados correspondeu a informações da eleição de 2014.
- iii) O terceiro modelo abrangeu exclusivamente financiadores reiterados. Neste caso, a base de dados trouxe informações das eleições de 2010 e 2014. A variável dependente foi o resultado eleitoral de 2014 e as variáveis independentes foram perfil do financiador, valor do financiamento, setor econômico, ideologia e número de candidaturas. O teste rodado foi a regressão linear múltipla.

Por esta metodologia o financiamento eleitoral esteve presente em todos os modelos. Como variável explicativa da reiteração, no primeiro caso, e do resultado eleitoral, no segundo e terceiro modelos.

Todos os três modelos foram inovadores em relação ao que se tem produzido comumente nos estudos sobre financiamento eleitoral. Isso se deve ao fato de que em todos eles a variável reiteração esteve presente: i) Como variável dependente, a ser explicada, no primeiro modelo; ii) como variável independente, explicativa ou preditora, no segundo; iii) como filtro de seleção de dados no terceiro modelo, visto que a amostra de tal modelo reuniu exclusivamente financiadores reiterados, nos ciclos de 2010 e 2014, permitindo comparar os padrões de doação nos dois ciclos.

As hipóteses da pesquisa se desdobram em dois grupos:

- i) Hipóteses sobre os fatores que explicam os padrões de reiteração;

*H1-O desempenho eleitoral do(s)candidato(s) patrocinado(s) pelo financiador relaciona-se com a manutenção do financiamento eleitoral no ciclo seguinte. Controlando-se outras variáveis como setor econômico e ideologia uma outra hipótese subjacente a este modelo é a de que os valores de financiamento também possam explicar a reiteração ou desistência.*

*Sustentando-se que doações mais expressivas levam a reiteração no financiamento, ao passo que doações menores favoreçam a desistência dado o menor engajamento que representariam;*

ii) Hipóteses sobre o impacto da reiteração;

*H2 - Financiadores reiterados acumulam expertise e seus patrocinados possuem maior êxito eleitoral do que novatos em matéria de financiamento eleitoral;*

*H3 - É possível identificar perfis de financiadores vinculados e estratégicos no que diz respeito ao engajamento eleitoral, sustentando-se a hipótese de que financiadores de perfis estratégicos teriam melhor desempenho eleitoral em relação a outros perfis.*

Uma hipótese implícita interage com essas três hipóteses acima, qual seja, a hipótese que ancora a *ideia da reiteração como importante variável preditora do financiamento e do desempenho eleitoral é a principal hipótese subjacente a cada um dos modelos em análise nesta tese de doutorado*

## **Estrutura da tese**

Esta tese encontra-se estruturada em cinco capítulos. O primeiro recupera elementos atinentes ao sistema de financiamento eleitoral como um todo, discorrendo acerca do marco regulatório atual e sobre a natureza do engajamento eleitoral empresarial. O segundo capítulo apresenta dados descritivos sobre o fenômeno introduzido neste trabalho, até onde temos notícia, de modo inédito, a reiteração empresarial no engajamento financeiro eleitoral. No terceiro, quarto e quinto capítulos são desenvolvidos modelos de análise independentes, com vista ao teste das hipóteses apresentadas acima.

Embora independentes, os três modelos introduzidos nos capítulos finais seguem o método dedutivo na sua formulação e apresentação. Assim, tem-se, no capítulo capítulodois, a apresentação descritiva do fenômeno; no capítulo três, testam-se as causas do fenômeno da reitera-

ção, sustentando-se a hipótese de que é derivado do sucesso eleitoral; no capítulo quatro, testa-se se o fenômeno da reiteração é, por sua vez, causador de maior desempenho eleitoral no ciclo eleitoral seguinte; e no quinto e derradeiro capítulo formulou-se um modelo a partir do qual se possa apreender mais sobre as motivações do próprio ato de financiar, resenhando-se padrões que, por sua vez, derivaram perfis de financiamento, os quais se submeteu a novo teste de desempenho eleitoral, buscando-se extrair a presença de padrões/perfis de financiamento mais bem sucedidos do que outros. Para melhor compreensão da estrutura da tese como um todo apresenta-se amíude o conteúdo que deverá ser encontrado em cada um dos capítulos da tese:

O primeiro capítulo tem por objetivo apresentar o panorama geral do sistema de financiamento eleitoral brasileiro. Na primeira parte do capítulo, serão apresentados os principais traços que delineiam o marco regulatório do sistema de financiamento eleitoral evoluído a partir da Constituição Federal de 1988, o que é importante para compreender os impactos da reiteração no contexto da legislação nesta matéria no Brasil. A segunda parte do capítulo apresentará a perspectiva de análise do financiamento eleitoral adotada nesta tese. Discutindo-se os diferentes impactos da adoção do financiamento privado para aqueles que custeiam o sistema – os *financiadores*. Esta distinção é necessária, pois a maior parte dos trabalhos ainda se concentra na investigação do efeito do dinheiro para outra perspectiva, ou seja, sobre os competidores, ao passo que esta tese se envereda sobre a perspectiva dos financiadores. Neste aspecto serão desenvolvidos temas tais como quais seriam os benefícios perseguidos por financiadores e o que explica o financiamento eleitoral destes atores. Por fim, em uma terceira parte deste capítulo, recupera-se parte da literatura que discute qual a natureza do financiamento eleitoral, tema importante sobre o qual impactarão os achados desta tese.

No segundo capítulo introduz-se o tema de pesquisa, apresentando-se o conceito de reiteração e a importância de controlar esta variável. São apresentados dados exploratórios identificando os percentuais de reitera-

ção, controlando-se as diferenças nos escores de reiteração dos financiadores segundo recursos doados, cargo, partido, ideologia, setor econômico e resultado eleitoral. Também neste capítulo apresentam-se os primeiros dados, de cunho exploratório, a respeito do perfil dos financiadores, obtidos por intermédio da comparação das estratégias de doação exclusivamente de financiadores reiterados nos dois ciclos eleitorais, 2010 e 2014.

No terceiro capítulo dá-se início a fase de testes de hipóteses. Na primeira parte do capítulo é que os modelos de análise para o teste de hipóteses e a metodologia adotada para os três modelos de análise desenvolvidos nos capítulos três, quatro e cinco serão apresentados. A seguir, apresenta-se o primeiro modelo de análise, no qual se busca responder o que explica a reiteração ou a desistência do financiamento eleitoral. Em suma, este capítulo objetiva responder se a reiteração (ocorrida em 2014) pode ser explicada pelo resultado eleitoral obtido pelo financiador, em 2010. Com este escopo são apresentados dados derivados de cruzamento e testes de estatístico entre as variáveis reiteração (variável dependente) e desempenho eleitoral, valor dos investimentos, cargo, partido, ideologia, setor econômico e número de candidaturas patrocinadas (variáveis independentes). Tais testes serão realizados com foco na hipótese de pesquisa neste particular, qual seja, a de que a reiteração seria explicada pelo desempenho eleitoral positivo e pelo volume de recursos aportados pelo financiador. Os resultados encontrados fornecerão indicativos positivos para esta hipótese.

No quarto capítulo dá-se continuidade aos testes de hipóteses, apresentando-se o segundo modelo de análise. Neste modelo a variável reiteração constitui-se, diferentemente do modelo anterior, como variável independente, e o objetivo será o de investigar se o desempenho eleitoral (variável dependente) pode ser explicado pela reiteração. Objetiva-se responder se financiadores reiterados tiveram melhor desempenho eleitoral (resultado de 2014) em contraste com financiadores novatos. Com este foco são apresentados dados derivados de cruzamento e testes de estatístico entre as variáveis desempenho eleitoral (variável dependente) e reiteração,

valor dos investimentos, cargo, partido, ideologia, setor econômico e número de candidaturas patrocinadas (variáveis independentes). Os testes estatísticos fornecerão indicativos para confirmação da hipótese de que financiadores reiterados levaram vantagem nos resultados eleitorais diante de financiadores novatos, porém tais resultados precisam ser matizados em atenção às demais variáveis, em especial às variáveis valor do financiamento e número total de candidaturas apoiadas por financiador.

No quinto capítulo objetivou-se apresentar o perfil dos financiadores a partir da comparação de financiadores reiterados (exclusivamente financiadores reiterados) observando como doaram nos anos de 2010 e 2014, ou seja, buscou-se identificar se tais doadores efetuaram doações para os mesmos cargos, partidos, ideologias, candidatos e com o mesmo montante de recursos nas duas eleições, ou não. Objetiva-se, a partir dessa comparação, verificar se há dentre os financiadores reiterados perfis com melhor desempenho eleitoral (com base no resultado eleitoral de 2014). Com este objeto, neste capítulo, apresenta-se a metodologia para construção dos perfis dos financiadores os quais foram taxados em nove categorias, levando-se em consideração as diferentes estratégias de engajamento financeiro de acordo com o cargo, partido, ideologia e candidatos para os quais os financiadores reiterados doaram, na eleição de 2010, e posteriormente, na eleição de 2014. Dadas as diferentes combinações destes nove perfis segundo cada uma das variáveis (cargo, partido, ideologia, candidato), chegou-se a uma classificação geral de 27 padrões de financiamento, os quais, para tornar o modelo mais intuitivo, foram reduzidos a três. Classificou-se os financiadores, de modo geral, como: i) vinculados, contendo financiadores que doaram nos dois ciclos (2010 e 2014) para os mesmos cargos, ideologia e candidatos; ii) estratégicos, em que se incluem financiadores que doaram para os mesmos cargos, ideologias e candidatos, mas também para cargos, ideologia e candidatos diferentes nos dois ciclos; e iii) desvinculados, perfil que reúne o conjunto de financiadores que efetuou doações para cargos, ideologias e candidatos completamente distintos nos dois ciclos. Apresentados os



perfis no mesmo capítulo, apresentou-se ainda a distribuição dos financiadores de acordo com estes perfis e, ao final, os testes estatísticos com foco em responder ao problema de pesquisa neste particular, qual seja: há determinados perfis de financiadores que apresentam melhor desempenho eleitoral? Para responder a esta questão, serão apresentados dados derivados de cruzamento e testes de estatístico entre as variáveis desempenho eleitoral (variável dependente) e perfil do financiador, valor dos investimentos, cargo, partido, ideologia, setor econômico e número de candidaturas patrocinadas (variáveis independentes). Para estes testes sustentou-se a hipótese de que perfis estratégicos, por adotar comportamento oportunista, seriam mais bem sucedidos em contraste com doadores vinculados ou completamente desvinculados, o que efetivamente se confirmou, com os limites impostos por outras variáveis do modelo, em especial valor da doação total e número de candidaturas patrocinadas.

Nas considerações finais será retomada a discussão teórica dos resultados obtidos em cada um dos três modelos de análise. O limite desta discussão reside no fato de que não há dados comparativos que possam balizar as conclusões obtidas da análise e manipulação dos dados, diante do ineditismo, até onde temos notícia, desta espécie de análise em que a reiteração passa a ser adotada como variável para compreensão das estratégias dos financiadores eleitorais. Serão apresentados também os resultados de forma sumarizada retomando-se os objetivos, problemas e hipóteses de pesquisa que orientaram esta tese de doutoramento, apontando-se, ainda, para eventuais agendas de pesquisa que possam derivar deste trabalho.

## Capítulo 1

### O sistema de financiamento eleitoral brasileiro

Este capítulo objetiva introduzir o tema do financiamento eleitoral em discussão nesta tese. Para cumprir com este objetivo, está dividido em duas partes. Na primeira parte, serão apresentados os principais traços que delinham o sistema de financiamento do processo eleitoral no Brasil. Apresenta-se brevemente a regulação do sistema de financiamento eleitoral no Brasil, a partir do marco constitucional de 1988 até o momento atual, passando por duas importantes reformas que levaram à proibição do financiamento eleitoral empresarial (Lei 13.165/2015) e à criação do sistema de financiamento público (Leis 13.487/2017 e Lei 13.488/2017).

A segunda parte do capítulo apresentará brevemente as diferentes percepções de análise do financiamento eleitoral, discutindo-se os diferentes impactos da adoção do financiamento privado para os diferentes atores implicados no processo eleitoral. Busca-se responder qual o impacto do financiamento privado da competição política para *competidores* (partidos e candidatos) e empresas – *financiadores* – que custeiam as campanhas eleitorais. Esta distinção é necessária, pois a maior parte dos trabalhos produzidos até aqui ainda se concentra na investigação do efeito do dinheiro para aquela primeira perspectiva, ou seja, sobre os *competidores*, ao passo que esta tese se envereda sobre a perspectiva dos *financiadores*.

## 1.1 regulação do sistema de financiamento eleitoral no Brasil

Para muitos pesquisadores, a regulação do sistema de financiamento de campanhas eleitorais no Brasil parece estar diretamente relacionada aos escândalos envolvendo a corrupção política (SPECK, 2005; 2010; CAMPOS e PEIXOTO, 2015). A discussão sobre o processo de formação do marco regulatório do financiamento da política não pode ser tratada como questão de menor relevância. A maior parte da literatura está de acordo que é preciso que se estabeleça alguma sintonia entre o que sabem os especialistas a partir do acúmulo de dados e informações empíricas sobre os efeitos da regulação na política, o que desejam os atores políticos e o que seria esperado para a construção de critérios de representatividade e democracia desejáveis. Portanto, uma complexa combinação de fatores.

No período da redemocratização do país, a partir de 1988, a matéria recebeu especial atenção do legislador constitucional que manteve a ilegibilidade por abuso do poder econômico (art.14, § 9º) e avançou, definindo o procedimento para a impugnação de mandato eletivo nos casos de abuso comprovado (art. 14, § 10).

Os partidos, que durante o regime militar tinham personalidade jurídica de entes públicos, voltaram a possuir natureza jurídica de entidades privadas e o direito ao fundo partidário passou a ser matéria constitucional (art. 17, § 3º).

No processo de redemocratização, logo nas primeiras eleições presidenciais revelou-se a necessidade de maior atenção ao tema do financiamento de campanhas. No centro das investigações da CPI que levou ao *impeachment* do Presidente Collor estavam as atividades de seu tesoureiro de campanha, as doações ilegais e o tráfico de influência entre doadores e governo. Um dos aspectos revisados a partir de então foi justamente a questão do financiamento privado de campanhas eleitorais, que então era proibido (SPECK, 2003, p. 153).

Entre os resultados colhidos por esta CPI, seguiu-se uma permanente preocupação com as finanças eleitorais (BACKES, 2001, p. 6-7),

refletida na produção legislativa a partir de então e que pode ser resumida conforme o quadro que segue:

Tabela 1: Principais alterações no sistema de financiamento eleitoral brasileiro pós CRFB/88

Lei	Data	Principais alterações no sistema de financiamento eleitoral
Lei n. 8.713  Temporária regulamentou apenas eleições de 1994	30/9/1993	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ introduzidos vários mecanismos visando possibilitar maior fiscalização dos gastos, bem como definir melhor as penalidades;</li> <li>✓ empresas passaram a poder doar recursos, sendo estabelecidos limites para as doações (art. 38) - 2% do faturamento;</li> <li>✓ doar e gastar recursos acima do definido em lei passou a ser considerado crime eleitoral, com penas de detenção e multa (art. 57).</li> </ul>
Lei n. 9.096  Lei dos Partidos Políticos  (Vigente)	19/9/1995	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ manteve a permissão de doações de empresas aos partidos, repetindo, contudo, as vedações da lei anterior (para empresas públicas, do governo ou associadas, entidades de classe e estrangeiras - art. 31);</li> <li>✓ manteve e aperfeiçoou mecanismos de fiscalização sobre as finanças por parte da Justiça Eleitoral (art. 30);</li> <li>✓ o Fundo Partidário foi reformulado: a lei estabeleceu um parâmetro para as dotações orçamentárias (35 centavos para cada eleitor), com o que o Fundo atingiu novos patamares;</li> <li>✓ mudou também os critérios de distribuição dos recursos.</li> </ul>
Lei 9.504  Leidas eleições (Vigente)	30/9/1997	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ manteve a permissão para doações de pessoas jurídicas (art. 81);</li> <li>✓ consolidou a importância da Justiça Eleitoral na fiscalização dos gastos, mantendo os mecanismos que lhe asseguram os poderes necessários para tanto;</li> <li>✓ as doações ou gastos acima do permitido em lei deixaram de ser crimes, ficando as penalidades restritas a multas ou proibições de contrato com o poder público (art. 23);</li> <li>✓ fixou proibição de financiamento eleitoral para as seguintes entidades (art. 24): entidade ou governo estrangeiro, órgão da Administração Pública direta e indireta ou fundação mantida com recursos provenientes do Poder Público, concessionário ou permissionário de serviço público, entidade de direito privado que receba, na condição de beneficiária, contribuição compulsória em virtude de disposição legal, entidade de utilidade pública, entidade de classe ou sindical, pessoa jurídica sem fins lucrativos que receba recursos do exterior.</li> </ul>
Lei 9.840 originada em Projeto de lei de iniciativa popular, promovido pela CNBB	28/9/1999	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ ampliou o conceito de compra de voto, proibindo também o oferecimento de emprego público para obter votos;</li> <li>✓ aumentou muito a multa para compra de votos e definiu a pena de perda do registro da candidatura ou do diploma para os que infringissem as proibições.</li> </ul>
Lei nº 11.300	10/5/2006	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ fixou que a cada eleição caberá à lei, observadas as peculiaridades locais, fixar até o dia 10 de junho de cada ano eleitoral o limite dos gastos de campanha para os cargos em disputa (entretanto, restou inócua, já que a própria lei continha ressalva: não sendo editada lei até a data estabelecida, caberá a cada partido político fixar o limite de gastos);</li> <li>✓ os partidos políticos, as coligações e os candidatos passaram a ser obrigados, durante a campanha eleitoral, a divulgar, pela rede mundial de computadores (internet) os recursos em dinheiro ou estimáveis em dinheiro que tenham recebido para financiamento da campanha eleitoral e os gastos que realizarem, em sítio criado pela Justiça Eleitoral (contudo, a indicação dos nomes dos doadores e os respectivos valores doados podiam dar-se somente na prestação de contas final, após as eleições);</li> <li>✓ Fixou proibição de financiamento eleitoral para as seguintes entidades: entidades beneficentes e religiosas; entidades esportivas que recebam recursos públicos; organizações não-governamentais que recebam recursos públicos; organizações da sociedade civil de interesse público;</li> <li>✓ proibida a realização de “showmício” e de evento assemelhado para promoção de candidatos, bem como a apresentação, remunerada ou não, de artistas com a finalidade de animar comício e reunião eleitoral;</li> <li>✓ vedada a propaganda eleitoral mediante outdoors;</li> <li>✓ confecção, utilização, distribuição por comitê, candidato, ou com a sua autorização, de camisetas, chaveiros, bonés, canetas, brindes, cestas básicas ou quaisquer outros bens ou materiais que possam proporcionar vantagem ao eleitor.</li> </ul>

Lei 13.165 Mini Reforma eleitoral 2015	29/9/2015	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ proibiu o financiamento empresarial privado;</li> <li>✓ determinou a prestação de contas em 72 horas do recebimento de recursos eleitorais;</li> <li>✓ diminuiu o prazo de propaganda eleitoral;</li> <li>✓ estabeleceu limites rígidos de gastos.</li> </ul>
Lei 13.487 Lei 13.488 Reforma Eleitoral 2017	06/10/2017	✓ criou o financiamento público o eleitoral direto através do FEFC - Fundo eleitoral de financiamento de campanhas.

Fonte: Autor com base na legislação eleitoral e BACKES (2001)

A legislação brasileira tem avançado na tentativa de controle do dinheiro implicado nas campanhas eleitorais. Este é um caminho que teve início primeiro durante o regime militar, quando partidos faziam parte da coisa pública e a intervenção privada era absolutamente indesejável.

Com o processo de abertura política e a “experiência Collor”, primeiro presidente brasileiro eleito por voto popular direto em quase três décadas (SOUZA, 2000, P. 127), converteu-se a *corrupção* na principal força motriz para a alteração legislativa com vistas ao controle do financiamento de campanhas. De lá pra cá muitas denúncias, escândalos e CPI’s depois, infelizmente as proposições têm sido tímidas e no mais das vezes inócuas.

Somente em 2015, depois de um novo escândalo de corrupção (a sistemática de financiamento via caixa dois posto a descoberto pela operação Lava Jato), novas e profundas alterações na regulação do financiamento eleitoral no Brasil são levadas a cabo.

A minirreforma eleitoral, ocorrida em 2015, já antecipava algumas das características da crise política que apanharia à plena força o Brasil, levando à deflagração do *impeachment* da Presidente Dilma, em 2016. Ali germinavam as controvérsias entre o Legislativo, Executivo e Judiciário que assombram o Brasil desde então.

O texto da minirreforma eleitoral foi sancionado um dia antes do prazo final pela presidente Dilma. Em 29/09/2016, o Diário Oficial da União circulou com edição extra trazendo o conteúdo da lei 13.165/2015, que altera as Leis nos 9.504, de 30 de setembro de 1997, 9.096, de 19 de setembro de 1995, e 4.737, de 15 de julho de 1965. Tratam-se de mudanças que atingem o Código Eleitoral, pretendendo reduzir os custos das

campanhas eleitorais, simplificar a administração dos Partidos Políticos e incentivar a participação feminina.

Certamente o tema mais controvertido foi a proibição de doações empresariais para as campanhas eleitorais. Também controverso foi o fim da fidelidade partidária com a abertura da janela para desfiliações e a diminuição para seis meses do prazo constitucional, que era de um ano para filiação partidária antes das eleições, o que relativiza a importância dos partidos e favorece decisões políticas tomadas ao sabor de conchavos e da casuística eleitoreira.

Já os efeitos da diminuição do tempo de propaganda partidária para menos de dois meses pode ter efeitos interessantes a observar-se. Na prática, essa alteração atende aos interesses dos candidatos ocupantes de cargos políticos, os chamados *incumbents*. Os desafiantes, ou novos candidatos, passam a possuir menos tempo e recursos para amearhar a simpatia e os votos do eleitor.

De outro lado, o menor tempo de campanha pode efetivamente reduzir os custos das campanhas eleitorais. A dúvida é se essa medida, por si, seria capaz de favorecer candidaturas mais humildes em detrimento de candidaturas mais robustas do ponto de vista financeiro, diante do fato de que pessoas físicas e os próprios candidatos podem utilizar recursos financeiros que possam desequilibrar o jogo eleitoral.

Por fim, cabe observar que as coligações, embora não proibidas naquela reforma, deixaram de ser estimuladas, já que o número de candidatos que partidos ou coligações podem lançar em municípios com mais de 100 mil eleitores é o mesmo: 1,5 por vaga.

Explicado de outra forma: na regra anterior, partidos eram estimulados a coligar-se, pois isso dava-lhes o direito de lançar, juntos, mais candidatos. Isso facilitava atingir o quociente eleitoral (número de votos mínimo que o partido ou coligação deve fazer para ter direito a uma vaga no parlamento). Agora, esse estímulo deixa de existir em municípios acima de 100 mil eleitores. Em suma, é uma medida que privilegia grandes partidos e poderia atuar para reduzir a fragmentação partidária.

Para Speck (2016), no balanço geral a reforma pode ser caracterizada como tentativa de diminuir a demanda por recursos, introduzindo tetos para gastos e tornando as campanhas mais curtas.

O certo é que os efeitos da reforma eleitoral ainda não haviam sido de todo assimilados e, no ano de 2017, novamente às vésperas do prazo final, novas e profundas alterações foram introduzidas no sistema eleitoral brasileiro, como o sistema de voto em lista fechada chegou a ser pautado<sup>1</sup> e o financiamento público para as eleições de 2018, que foi aprovado<sup>2</sup> nos estertores do prazo final. Outra alteração importante foi aquela introduzida pela EC97/2017, que vedou a possibilidade de coligações eleitorais para a eleição proporcional, a partir de 2020.

A tabela abaixo sintetiza uma comparação de alguns dos principais dispositivos da legislação anterior com as alterações trazidas pela Lei 16.165/2015, Lei 13.487/2017, Lei 13.488/2017 e EC/97/2017:

Tabela 2: Comparação principais alterações promovidas pelas reformas de 2015 e 2017 em relação a legislação anteriormente vigente

Assunto	Como era	Lei 13.165/2015	Lei 13.488/2017, 13.487/2017 e EC97/2017
Desfiliação	Perda mandato	Janela de 30 dias para desfiliação sem perda do mandato, no sétimo mês que antecede às eleições.	Janela de 30 dias para desfiliação sem perda do mandato, no sétimo mês que antecede às eleições.
Prazo Filiação	1 ano antes eleições	6 meses antes eleições	6 meses antes eleições
Fidelidade Partidária	Para cargos proporcionais	Não há perda de cargo quando há: A) mudança substancial ou desvio reiterado do programa partidário B) grave discriminação política pessoal.	Não há perda de cargo quando há: A) mudança substancial ou desvio reiterado do programa partidário B) grave discriminação política pessoal.

<sup>1</sup> Mais informações disponíveis aqui: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2017-03/relator-da-reforma-eleitoral-defende-modelo-de-transicao-para-eleicoes-2018>. Acesso em 23/03/2017.

<sup>2</sup> Para mais informações: <http://www2.camara.leg.br/camaranoticias/radio/materias/RADIOAGENCIA/546260-REFORMA-POLITICA-E-SANCIONADA-CONFIRA-O-QUE-MUDA-NAS-PROXIMAS-ELEICOES.html>

Coligação Partidária	Permitida	Permitida, mas os candidatos com votações insignificantes não deverão mais ganhar cadeiras nos parlamentos, somente estarão eleitos aqueles que obtiverem número igual ou superior a 10% do quociente eleitoral.  Na prática, uma cláusula de barreira individual. Ex. quociente 5.000. Candidato precisa de pelo menos 500 votos para direito a assumir na coligação.	Permitida, mas somente para a eleição de 2018. A partir da eleição de 2020, fica vedada para eleições proporcionais.
Cláusula de barreira	Inexistente	Inexistente	Eleição de mínimo de 9 deputados federais ou 1,5% (um e meio por cento) dos votos válidos, distribuídos em pelo menos um terço das unidades da Federação, com um mínimo de 1% (um por cento) dos votos válidos em cada uma delas
Período Propaganda Eleitoral	90 dias a partir do registro em cinco de julho	45 dias a partir do registro em 15 de agosto	45 dias a partir do registro em 15 de agosto
Horário Eleitoral Gratuito	45 dias  1/3 distribuído igualmente	35 dias  1/3 distribuído igualmente	35 dias  10% distribuído igualmente
Número de Candidatos por vaga	Partido: 1,5 candidato por vaga  Coligação: 2 candidatos por vaga	Partidos ou coligações 1,5 por vaga.  Cidades até 100 mil eleitores coligações podem registrar 2 por vaga	Partidos ou coligações 1,5 por vaga.  UF Câmara Deputados de até 12 vagas coligações podem registrar 2 por vaga
Financiamento Empresarial	Empresas podiam fazer doações para partidos e candidatos	Doações empresariais proibidas	Doações empresariais proibidas
Limite gastos nas eleições	Definido pelos próprios partidos	Limites de gastos definido com base em 70% dos maiores gastos das eleições anteriores	Limites de gastos nominais definidos por Cargos pelo TSE
Prestação de contas	Duas parciais e ao final das eleições	Prestação em 72 horas depois da doação	Prestação em 72 horas depois da doação



Propaganda eleitoral Placas	Até 4m <sup>2</sup>	Até 0,5m <sup>2</sup> em adesivo ou papel	Até 0,5m <sup>2</sup> em adesivo ou papel
Cassação do diploma ou perda mandato	Se mais da metade dos votos da eleição majoritária forem anulados, Justiça eleitoral marca novas eleições	A decisão da Justiça Eleitoral que importe o indeferimento do registro, a cassação do diploma ou a perda do mandato de candidato eleito em pleito majoritário acarreta, após o trânsito em julgado, a realização de novas eleições, independentemente do número de votos anulados. A eleição será indireta, se a vacância do cargo ocorrer a menos de seis meses do final do mandato	A decisão da Justiça Eleitoral que importe o indeferimento do registro, a cassação do diploma ou a perda do mandato de candidato eleito em pleito majoritário acarreta, após o trânsito em julgado, a realização de novas eleições, independentemente do número de votos anulados. A eleição será indireta, se a vacância do cargo ocorrer a menos de seis meses do final do mandato
Participação Feminina	Pouco estímulo	Horário eleitoral TSE para estimular (5 min diários) entre 01 abril e 30 julho ano eleitoral 10% do tempo da inserção dos partidos destinado às mulheres 5% a 15% recursos do fundo partidário para candidatas	30% do FEFC destinados a candidaturas de mulheres

Fonte: Autor com base na Lei 13.165/2015

Dentre as principais alterações introduzidas pelas Leis 13.487 e 13.488, de 2017, que afetam a questão do financiamento da política estão:

- a) a criação do FEFC (Fundo de Financiamento para Campanhas) cujo valor a ser depositado no fundo é estipulado pelo TSE ou com base em 30% do valor de reserva específica. O depósito ocorre no Banco do Brasil e corresponderá em 2018 a soma de R\$ 1.7 bilhões;
- b) alteração na maneira de distribuir os valores do FEFC (art. 16-D da Lei 9.504/97), não considerando apenas a bancada de deputados federais como ocorreria com o fundo partidário, mas também senadores e número de votos;
- c) a criação de sistemas de financiamento coletivo (*crowdfunding*) com a arrecadação prévia de recursos pelos pré-candidatos, mas a liberação dos valores fica condicionada a determinadas especificações em lei;
- d) aumento da penalização (multa) para doações acima do permitido (foi para 100% da quantia em excesso);
- e) consideração de gastos eleitorais: despesas com transporte de candidato ou pessoal a serviço de candidaturas (salvo exceções) e custos com a criação e inclusão de sites com provedores estrangeiros;

- f) estabelecimento de limites nominais para gastos: Presidente, governador, senador, deputado federal e Estadual/Distrital - arts. 5º, 6º e 7º;
- f) permissão de publicidade paga na internet de impulsionamento (Facebook, Twitter e etc.) e buscadores de conteúdos.

Infelizmente a casuística (SPECK, 2015) voltou a ser a principal agente de mudanças na legislação brasileira. Desta vez, aparentemente, uma vez mais a Lava Jato e a corrosão no capital político de muitos parlamentares seria a principal motivadora.

Na seção que segue apresentam-se as duas perspectivas segundo as quais o dinheiro pode ser tomado nas análises que tratam das relações entre dinheiro e política, quais sejam, a perspectiva dos competidores e a perspectiva dos financiadores. Em particular tal distinção é relevante visto que esta tese se insere na perspectiva dos financiadores, menos usual neste tipo de análise. Essa distinção decorre das causas e impactos do financiamento para competidores e para financiadores.

## **1.2 Causas e impactos do financiamento para financiadores de campanha eleitoral**

As poliarquias (DAHL, 1987) podem ser afetadas quando o jogo político é ameaçado por uma variedade de maneiras, mas três são de particular importância: disparidades de recursos, acesso desigual aos meios de comunicação acesso desigual à lei (LEVITSKY, 2010). Sinteticamente propõe-se abordar os problemas relacionados ao acesso a recursos financeiros por partidos e candidatos sob abordagem de pelo menos duas perspectivas distintas:

- a) no ponto de vista dos *competidores* (candidatos e partidos políticos), perspectiva na qual os valores em jogo são os diferentes graus desejáveis de equidade e competitividade no jogo político, com a discussão do peso do variável financiamento privado inserido no sistema político eleitoral;

b) no ponto de vista dos *financiadores* (empresas privadas e cidadãos). Nesta perspectiva a questão orientadora da análise é buscar compreender porque cidadãos<sup>3</sup> e empresas alocam recursos na competição política. Nesse contexto, serão abordadas as variáveis explicativas do financiamento empresarial na política, mas também a abordagem que trata o financiamento como nova forma de participação política dos cidadãos.

Nesta tese em particular o foco residirá nesta última perspectiva, ou seja, a questão do financiamento vista sob o enfoque do *financiador empresarial*, cuja análise segue na seção abaixo.

### 1.2.1 Financiamento de campanhas na perspectiva dos financiadores

Esta tese aborda o financiamento de campanhas eleitorais desde o ponto de vista dos atores que financiam ou que podem financiar as campanhas eleitorais. Sabe-se que os regimes poliárquicos tendem a permitir que os diferentes grupos se engajem na promoção de seus interesses via representação política (DAHL, 1971). Como esses grupos podem competir entre si para aumentar sua representatividade perante o Estado, o regime poliárquico torna-se equilibrado, em teoria, diante da impossibilidade de quaisquer dos grupos se tornar dominante (FIGUEIREDO FILHO, 2005). Portanto, questão chave é a garantia do pluralismo, identificado entre outros pontos com satisfatórios e equilibrados níveis de competitividade entre os atores em jogo.

A questão central nesta abordagem é compreender porque estes atores se engajam financeiramente no processo eleitoral, ou porque seriam levados a se engajar e quais os níveis de competitividade presentes nas arenas em que se dá o jogo democrático. Além desta resposta, outras questões também precisam ser apuradas nesta abordagem, para saber: Qual a relação travada entre financiadores e a possível influência nos processos políticos decisórios? Que incentivos institucionais podem ser

---

<sup>3</sup> Talvez a obra mais emblemática nesta perspectiva seja “**Voting with dollars: A new paradigm for campaign finance**. New Haven & London: Yale University Press, 2002”, na qual Bruce Ackerman e Ian Ayres inauguram uma nova abordagem paradigmática na problemática relação dinheiro versus democracia, com a tese do “Patriot dollars”.

criados para fomentar o financiamento privado sustentável? Financiamento de campanhas pode ser considerado uma moderna forma de participação política dos cidadãos?

Quando se pensa no financiamento privado oriundo de empresas ou grupos econômicos é quase inevitável imaginar o impacto direto dos interesses econômicos na política. Esse alerta é feito de forma contundente por Manin, Przeworski e Stokes (2006). O fato é que para se apresentar aos eleitores, os partidos e candidatos precisam arrecadar fundos. Quando esses fundos vêm de interesses particulares, a pergunta lógica a ser fazer é: o que eles esperam em troca? É a reflexão singela que fazem os autores:

Presumidamente, se Philip Morris Co. Inc. contribui em 1996 com mais de US\$ 2.5 milhões para o Comitê Nacional Republicano (New York Times, 28/01/1997, p. 3) deve ter esperado pelo menos US\$ 2.5 milhões em favores; de outra forma seus dirigentes poderiam ter sido despedidos pelos acionistas (MANIN, ET AL, 2006, p. 113)

Nestes termos, Mancuso (2012) realizou a revisão das pesquisas empíricas na literatura nacional acerca de determinantes e resultados de contribuições e gastos eleitorais no Brasil, com ênfase no financiamento eleitoral empresarial. Ao abordar indiretamente o que estamos chamando aqui de *perspectiva dos financiadores* o autor traçou duas clivagens: *benefícios para financiadores e determinantes do investimento eleitoral*.

### **1.2.1.1 Como financiadores podem se beneficiar?**

Nesta abordagem, normalmente traduzida por práticas de *lobbying*, o *financiamento eleitoral constitui-se variável independente, explicativa dos resultados obtidos pelos financiadores*, ou seja, trata-se de responder *se determinadas variáveis econômicas de desempenho dos financiadores (empresas privadas) podem ser explicadas pelo financiamento eleitoral realizado*.

Mancuso (2012) sintetiza seus achados de forma detalhada, mas para os fins aqui almejados basta enumerar quais seriam os virtuais benefícios empresariais já pesquisados que potencialmente poderiam ser explicados pelo financiamento eleitoral, ou controlados como variável dependente, a ser explicada em relação ao financiamento eleitoral, quais sejam: acesso ao financiamento de bancos públicos (sobretudo BNDES); obtenção de contratos com o governo; desempenho econômico (aumento do valor de mercado do estoque de ações) das empresas que financiam campanhas; proteção comercial (desvios da Tarifa Externa Comum (TEC) do Mercosul); benefícios tributários; benefícios em geral obtidos de forma ilícita (segundo informes divulgados na imprensa). Portanto, nestas pesquisas elencadas por Mancuso, todas estas variáveis seriam dependentes, isto é, explicadas pelo financiamento eleitoral alocado por empresas a candidatos e partidos

Além destes benefícios, Speck (2012) elenca uma série de favores que as empresas potencialmente poderiam receber em troca do financiamento de campanhas, dentre os quais, desconsiderando aqueles já mencionados no trabalho de Mancuso: favorecimento em processos de fiscalização; favorecimento em decisões políticas exaradas pelo executivo (obras públicas, investimentos públicos, etc.), ou legislativo na aprovação ou prioridade em projetos de interesse dos financiadores.

Nesta tese, o financiamento eleitoral também será variável explicativa em todos os modelos, como será demonstrado mais a frente. Em particular, espera-se testar se o volume de financiamento, ou a variação no volume de financiamento alocado por um doador pode explicar reiteiração, resultado eleitoral em função da reiteiração e resultado eleitoral em função do perfil do financiador.

### **1.2.1.2 O que explica o financiamento eleitoral?**

Quando o objetivo é responder sobre os determinantes do investimento eleitoral, *o financiamento passa a ser a variável a ser explicada,*

*portanto dependente*, e o que se busca *compreender então é quais são as causas para a ocorrência do financiamento privado*. Dito de outro modo, quais são as variáveis determinantes do financiamento.

Nesta abordagem, Mancuso (2015) identificou, nas pesquisas observadas, a tentativa de explicar porque os financiadores contribuem para campanhas sob três vieses, que abarcam conjuntos de outras variáveis: *políticos* (participação base apoio presidente congresso, magnitude distrito, trajetória política, nº. de filiados por partido na UF, pertença partido situação na UF e influência por pesquisas opinião); *econômicos* (setor econômico, nível de associativismo, magnitude econômica do distrito eleitoral, PIB per capita, urbanização, coeficiente de Gini, presença nas transmissoras de TV) e *gênero*.

Mancuso destaca neste trabalho (2015) que apesar do grande número de variáveis mobilizadas e dos avanços das pesquisas, é presente ainda um amplo espaço especulativo no que tange às explicações das razões dos financiadores, com uma série de questões abertas, dentre outros problemas pendentes de respostas que somente a empiria poderia fornecer, tais como: de que forma se dá a tomada de decisão? Quem toma a iniciativa? Que critérios são utilizados para definir o financiado? *Qual é a proporção de "investimento eleitoral" bem sucedido?* Esta tese espera contribuir nesse debate em particular, conforme ficará ilustrado nos modelos de análise desenvolvidos à frente.

Vislumbradas as diferentes perspectivas segundo as quais o problema do financiamento eleitoral pode ser encarado (*competidores e financiadores*) ficam claras as diferenças de abordagem. Resta, contudo, aberto o problema da causalidade com relação à possibilidade de constrangimento do dinheiro nos resultados eleitorais, apesar de que as pesquisas possam apurar o peso da correlação entre uma coisa e outra (MANCUSO e SPECK, 2012, PEIXOTO, 2012). Mesmo os dados que aparentemente indicam o crescimento dos custos das campanhas eleitorais no Brasil podem ser representativos da efetividade de constrangimentos institucionais que estariam gerando uma maior efetividade nas presta-

ções de contas. Nesse sentido, as alterações no marco regulatório deveriam atentar não para o que o dinheiro possa dizer por si só, mas principalmente, para o conjunto de variáveis envolvidas em toda a dimensão da política e para a fluidez (ISSACHAROFF E KARLAN, 1999, DUSCHINSKY, 2002), que lhe é característica.

Sabe-se ainda muito pouco a respeito das motivações de financiadores (SPECK, 2016, MANCUSO, 2015, HOROCHOVSKI et al 2015). Nesse corolário é que a identificação de todo o financiamento eleitoral que foi injetado por atores econômicos que comparecerem *reiteradamente* para financiar o processo político eleitoral pode evidenciar, por si, o perfil dos financiadores.

Assim, se Samuels, tratando sobre o sistema de financiamento eleitoral brasileiro já alertava há cerca de 20 anos para e a crônica escassez de financiadores eleitorais no Brasil (SAMUELS, 2001b; 2001c) os dados das últimas eleições não somente demonstram a pertinácia dessa situação como uma concentração de recursos em poucos candidatos e financiadores, como já se alertara alhures (MANCUSO & SPECK, 2014). Tal situação pode ser agravada, em certa medida, com um cenário fechado a novos financiadores, dado o alto custo financeiro para igualar ou suplantar o padrão de influência política alcançado por doadores se, além de pesados e concentrados, como já havia sido demonstrado pela literatura, atuam também de maneira reiterada entre os ciclos eleitorais, como será investigado nesta tese.

Se confirmado um universo importante de financiadores reiterados, um dos efeitos desses achados pode ser a configuração de um cenário mais ou menos fechado - por mais paradoxal que possa parecer - a novos financiadores. Por outro lado, esse cenário também poderá indicar o grau de compromisso dos atores econômicos com as regras do jogo, tais como estavam postas. A ausência de empresários veteranos doando seus recursos de modo reiterado poderá ser indicativo de uma baixa confiabilidade no sistema de financiamento político por parte dos financiadores

(SAMUELS, 2001), o que será investigado nos modelos de análise de dados coligidos para esta tese.

### **1.2.1.3 Qual a natureza do financiamento eleitoral**

De modo geral, como destacado ao longo desta tese, é forte a discussão a respeito da natureza final do processo de engajamento financeiro de empresas privadas. Este debate se articula diretamente com os diferentes perfis de financiadores que serão identificados nesta tese. A verificação de um grande contingente de financiadores vinculados levaria a afirmar motivações ideológicas dos doadores que manteriam doações através do tempo, independentemente dos resultados eleitorais obtidos no curto prazo porque seriam movidas por interesses estruturais de longo prazo. Por outro lado, a verificação de doadores oportunistas, em sua maioria (como podemos dizer que seriam os doadores que rotulamos como estratégicos e desvinculados neste trabalho) levaria a reforçar que os financiadores seriam movidos por interesses de curto prazo, buscando retornos diretos derivados de seu engajamento financeiro com as campanhas eleitorais.

Observando a literatura é possível identificar que os autores pressupõem, de modo muito geral, pelo menos quatro naturezas distintas para o financiamento eleitoral:

i) identificado-o exclusivamente e diretamente com a corrupção do sistema político eleitoral. O financiamento eleitoral privado por pessoas jurídicas nesta visão é tido como um mal em si - tomando-o como um aspecto negativo a ser combativo e proibido, visto que macularia o processo democrático, manifestando-se como causa primordial da corrupção política (CAGGIANO, 2001; ZOVATTO, 2004; RIAL, 2005; TEIXEIRA FILHO<sup>4</sup>, 2013);

---

<sup>4</sup> Destaca-se, por todos, o posicionamento de Teixeira Filho, em particular, para quem: “O atual processo gera uma aproximação viciada entre candidatos e financiadores, numa relação de dívida de um para com o outro. Tal fato fica comprovado nas casas legislativas através dos inúmeros escândalos de relação promíscua entre estas e empresas particulares” (2013, p. 27).



ii) encarando-no como uma forma de participação republicana própria à democracia. O engajamento financeiro eleitoral, nesta vertente, é concebido como espécie de participação política, em que, portanto (e esta é uma conclusão minha) o financiamento eleitoral se aproxima de uma contribuição com propósitos republicanos (ANSOLABEHERE, FIGUEIREDO E SNYDER JR. 2003);

iii) postulando que o financiamento privado é uma forma de investimento empresarial não necessariamente legítimo e vinculado ao conceito de lobby. Nesta linha, o financiamento privado é tido como modalidade de investimento do setor empresarial, que não necessariamente busca retornos legítimos que seriam obtidos como contrapartida a este investimento. Inobstante, este conjunto de autores não reclama a supressão pura e simples do financiamento empresarial. Para estes autores, variadas seriam as motivações que levariam a que financiadores investissem no processo eleitoral e demandam uma compreensão mais aprofundada. Estas motivações seriam: *empréstimos junto ao BNDES* (CLAESSENS, FEIJEN & LAEVEN 2008; LAZZARINI, MUSACCHIO, BANDEIRA DE MELLO & MARCON 2011; ROCHA, 2011, *in* MANCUSO, 2015), *benefícios tributários* (MAETÊ GONÇALVES, 2011) e *contratos com o poder público* (BOAS, HIDALGO & RICHARDSON 2012 *In* MANCUSO, 2015; FONSECA, 2017);

iv) encarando-o como uma forma de investimento empresarial legítimo. Cada uma destas formas dialoga com os perfis de financiadores identificados nesta tese, mas, em particular, esta última será objeto de um maior detalhamento. O engajamento eleitoral, embora não constitua necessariamente um fator negativo por si mesmo, está longe de ser desinteressado e, por conseguinte, é tomado como modalidade de investimento legítimo pelos financiadores (SPECK 2010, 2016, CERVI, 2010, MANCUSO, 2012, BRONARS & LOTT 1997; SANTOS et al., 2014; WELCH 1982, JACOBSON, 1978; LEVITT, 1994; HEANEY, 2010, REIS, 2008). Esta forma de compreender o financiameto se elinha ao suposto teórico desta tese. Em alguma medida espera-se demonstrar que os re-

sultados encontrados neste trabalho se coadunam com este entendimento, reforçando-o.

Já se demonstrou que quando a maioria de cadeiras no Senado – que anteriormente pertencia ao Partido Republicano –, passou para o Partido Democrata, o valor das ações das empresas que contribuíram aos democratas aumentou no mercado sem que houvesse indícios de favorecimento ilícito (JAYACHANDRAN, 2004 apud FONSECA, 2017).

No mesmo sentido Claessens, Feijen & Laeven (2008, *In* MANCUSO, 2015) identificaram o aumento do valor de mercado do estoque de ações das empresas doadoras em geral e, principalmente, das empresas que doaram para candidatos vencedores, *incumbents* e ligados a partidos da base de apoio ao presidente.

Na mesma vertente, Kruger (2007) encontrou associações estatísticas fortes e significativas entre a presença de financiamento e o porte da empresa, o setor e a sua rentabilidade, identificando partidos e candidatos patrocinados pela empresa como partícipes de uma rede de *stakeholders*. Essa interação da empresa com o seu meio pode ser desenvolvida através de contratos relacionais com seus *stakeholders* salientes (BANDEIRA-DE-MELLO, 2006 apud KRUGER, 2007), sendo que “Compreende-se por *stakeholders* salientes aqueles grupos que estão direta ou indiretamente relacionados à empresa e que afetam e/ou são afetados por ela”. Salienta-se que os recursos decorrentes da relação empresa vs. *stakeholders* são recursos não-negociáveis (DIERICKX; COOL, 1989 apud KRUGER, 2007, p. 13), “ou seja, desenvolvido e acumulado na empresa, será valioso, raro e difícil de ser imitado pelos concorrentes, trazendo desta forma vantagem competitiva para as empresas”. Nessa linha, o financiamento não passa de uma modalidade de investimento incorporado nas estratégias de marketing de uma determinada empresa e os partidos ou candidatos seriam os *stakeholders* inseridos em um amplo sistema de influências recíprocas (McGUIRE; SUNDGREN; SCHNEEWEIS, 1988; ADAMS; HARDWICK, 1988 apud KRUGER, 2007). Este fator ficou evidenciado em alguma medida com a identificação reali-

zada pela Polícia Federal e pelo Ministério Público Federal (MPF) de um sistema estruturado de pagamentos identificado na empresa Odebrecht<sup>5</sup>: “nas palavras do Procurador Carlos Fernando dos Santos Lima envolver funcionários com divisão Clara de atribuições um sistema informatizado para controle de entrada e saída de milhões de reais e toda uma estrutura de contabilidade clandestina” (FOLHA, 2017).

Em cada uma destas análises ora o financiamento de campanhas eleitorais é tomado como variável dependente, ora como variável independente. A despeito de como ocorra o tratamento da variável, os supostos acima sempre estarão presentes. Por exemplo, o trabalho de Cunha, Silotto e Araújo (2015) buscou responder se o volume de financiamento de campanha varia em função do nível de capital político individual. Assim fazendo, ainda que implicitamente, adota o pressuposto de que financiadores buscam retornos para o investimento de que se reveste a doação para campanhas eleitorais. Os autores verificaram que candidatos com alto capital político recebem volume de financiamento de campanha consideravelmente maior comparados a candidatos com médio e baixo capital político. Ademais, candidatos com alto capital político possuem maior probabilidade de vitória quando comparados aos seus concorrentes. Os resultados obtidos pelos pesquisadores sugerem, portanto, que “as empresas financiadoras de campanha direcionam, prioritariamente, os investimentos para candidatos que, uma vez eleitos, sejam mais capazes de exercer protagonismo nas arenas institucionais de decisão política”.

Para os fins desta tese, este tipo de achado empírico possui uma implicância direta. Primeiro porque adota o suposto teórico comum a este trabalho: o financiamento é endógeno à política e financiadores buscam converter suas fichas simbólicas de capital em fichas políticas de influência sobre a arena decisória estatal. Afinal, se o financiamento fosse

---

<sup>5</sup> As investigações no âmbito da Operação Lava Jato demonstraram que em algumas empresas, de fato, incorporaram-se as estratégias de financiamento inclusive nas estruturas organizacionais, criando setores inteiros para organizar e sistematizar o financiamento eleitoral a partidos e candidatos.

meramente uma modalidade de participação republicana, os financiadores não estariam tão interessados no capital político do candidato. Segundo, porque vale indagar: Se é fato que financiadores de campanha estão atentos ao potencial político dos candidatos seria igualmente verdadeiro que todos os financiadores possuem as mesmas condições de avaliar esse capital político? Ainda que possuíssem, seria verdadeiro supor que todos partilhassem de interesses idênticos e fossem movidos por interesses comuns?

Estudos como o efetuado por Mcmenamim (2012) e Speck (2016) já demonstraram que isso não é verdadeiro. Há financiadores motivados por princípios pragmáticos, como se costuma supor, mas também por princípios ideológicos (MCMENAMIM, 2012), assim como há financiadores que vão buscar precaver-se, diluindo seus recursos entre os candidatos de maior capital político, como aqueles que vão buscar assegurar a vitória de seu patrocinado, concentrando recursos (SPECK, 2016).

Alguns trabalhos já evidenciaram a multiplicidade de interesses em jogo na decisão de financiar. Por exemplo, se demonstrou que os interesses de financiadores podem ecoar no apoio congressional a determinadas agendas, como a da Confederação Nacional da Indústria (CNI)<sup>6</sup>, por exemplo (ROCHA, FIGUEIREDO FILHO, SILVA e SANTOS, 2015).

Em outra linha, olhando para como os financiadores afetam a organização partidária, Krause, Rebello e Silva (2015) concluíram que há evidências de que a interação entre recursos estatais (fundo partidário) e financiamento privado podem estar potencializando uma maior competição partidária no Brasil, já que o efeito dos recursos públicos “seria completamente amortecido pela influência das corporações privadas. Estas, absorvidas por um reduzido número de partidos, associados ao governo ou com potencial de alternativa de poder” (2015, p. 270).

---

<sup>6</sup> A Confederação Nacional das Indústrias (CNI) publica anualmente sua agenda legislativa com o conjunto de pautas mímimas que reputa importantes para o setor industrial. Disponível em: <http://www.portaldaindustria.com.br/cni/canais/agenda-legislativa-home/sobre-agenda-legislativa/>

Em outro estudo, já ficou demonstrado que apesar de poucas empresas participarem das eleições, se comparadas ao universo de empresas ativas, a maioria das atividades econômicas estão representadas (SANTOS, 2012), o que, inobstante, não significa que todas se engajem financeiramente do mesmo modo. Controlando o nível de investimento dos doadores, o autor identificou padrões distintos de financiamento de campanha, verificando que segmentos, como o de Construção e o de atividades financeiras tiveram mais da metade do volume de suas doações provenientes dos grandes doadores. Porém, o impacto do financiamento dos maiores investidores não teve o mesmo efeito em outros segmentos, como o de comércio, cuja maior parte das doações foi originada por empresas que doaram menos recursos. No mesmo estudo Santos identificou que a distribuição regional dos recursos, na maioria dos segmentos que tiveram maior investimento nas eleições (construção, atividades financeiras e indústrias de transformação) destinou mais dinheiro para as eleições nacionais, ou seja, para comitês partidários nacionais e candidatos à presidente da república.

Outra questão primária, porém igualmente complexa no que tange às motivações dos empresários ao concluir pelo engajamento financeiro eleitoral já foi colocada por Marcelino (2011). O autor questiona quanto ao momento da decisão de engajar-se. Nas palavras do autor “Or to put it simply, when do donors decide to support a candidate? Do campaign donors learn from opinion the results of public opinion polls? Do opinion polls matter for campaign contributors?” (MARCELINO, 2011, p. 2). Relacionando recursos eleitorais e a posição dos candidatos ao senado nas pesquisas, o autor concluiu que a decisão de contribuir para a campanha de um candidato favorito não é simplesmente vista como uma única oportunidade no tempo; ao contrário, “é um julgamento que indivíduos e organizações fazem e revisam de acordo com novas informações durante o curso de uma campanha” (MARCELINO, 2011, p. 13). Assim, o grau de crenças sobre a probabilidade de que o candidato escolhido possa melhorar sua posição nas pesquisas influencia a decisão do potencial

contribuinte para doar dinheiro para as campanhas. Este achado do pesquisador caminharia no sentido de confirmar um perfil mais pragmático dos financiadores, na medida em que se vinculassem aos resultados das pesquisas eleitorais a respeito das candidaturas. Porém, todos os coeficientes relatados pelo autor mostraram-se fracos.

Seguindo os passos do autor, Heiler, Santos e Viana (2015) identificaram a presença de efeitos das pesquisas sobre o financiamento empresarial nas eleições presidenciais de 2014, concluindo que a divulgação das pesquisas eleitorais interfere nos montantes arrecadados, ou seja, empresas financiadoras reagem às pesquisas eleitorais. Fato notável no recorte proposto naquele trabalho foi a verificação uniforme de incremento de doações empresariais para a candidata Marina Silva à medida que avançou nas pesquisas eleitorais, no pleito de 2014. Por outro lado, esse movimento foi acompanhado de grandes aportes de recursos no candidato Aécio Neves na proporção em que era superado nas pesquisas de intenção de votos pela candidata do PSB. Os autores encontraram evidências de que a alteração nas intenções de voto (não necessariamente para mais) pode levar a um incremento na arrecadação, buscando a recuperação na corrida eleitoral, para um candidato que tenha sofrido queda nas pesquisas, como ocorreu com Aécio. Neste caso, se levaria a concluir por um perfil mais vinculado do financiador para com o candidato, partido ou ideologia.

Tratando especificamente dos grupos financeiros no país (MINELLA, 1996) sustenta-se que uma das características nas últimas décadas é a manutenção e a diversificação de um conjunto de órgãos de representação de classe ao lado de uma expansão e consolidação de grandes grupos financeiros que reúnem empresas atuando em diferentes setores da economia. Tais entidades desenvolvem atividades multifacetadas e tecem “uma rede complexa de relações com organismos diversos de assessoria, consultoria e apoio técnico, nos âmbitos privado e universitário, bem como com órgãos da grande imprensa e aparatos estatais de decisão, o que lhes garante um enorme grau de influência nas definições

das políticas que afetam o setor”. (MINELLA, 1996, p. 81). O autor recupera como tais entidades buscaram se organizar em grupos associativos desde final dos anos sessenta no Brasil buscando coordenar esforços na obtenção de influência política.

No final dos anos 80, portanto, a burguesia financeira do País contava com uma variada gama de entidades de representação. Ao mesmo tempo, o sistema financeiro passava por transformações institucionais importantes, pela possibilidade de criação dos bancos múltiplos e pela eliminação da carta patente, o que gerou, a partir de 1989, o crescimento do número de instituições bancárias atuando dentro do sistema. (1996, p. 84)

Em um trabalho mais recente, Minella (2007) traçou um perfil econômico e sociopolítico dos dez maiores bancos privados no Brasil e concluiu que praticamente para a metade dos casos examinados o envolvimento com o processo político e as políticas governamentais manifestou-se na privatização dos bancos estatais, no financiamento das campanhas eleitorais, na atuação em órgãos político-ideológicos que articulam políticas públicas e ações políticas de orientação neoliberal e, em menor número, no trânsito para o comando estratégico do Banco Central (MINELLA, 2007, p.118).

Em relação a este último aspecto, “circularam pelo grupo Itaú pelo menos seis membros da diretoria do Banco Central e, pelo Unibanco, sete. Ao BankBoston esteve vinculado o presidente do Banco Central a partir de 2003 e, recentemente, dois diretores do Banco Central relacionam-se com o ABN Amro” (2016, p. 115).<sup>7</sup>

Minella concluiu que a manutenção de entidades de representação — com significativa presença ou influência dos grandes grupos financeiros — nos diversos segmentos do sistema financeiro permitiu estratégias de ação diferenciada e específica na relação com o Estado, absorvendo as

---

<sup>7</sup> Embora os dados do autor limitem-se ao ano de 2007, quase dez anos depois o presidente Temer, que em 17 de abril de 2016 substituiu a presidenta Dilma depois da aprovação do Impeachment na câmara de deputados, nomeou como Presidente do Banco Central Illan Goldfajn, economista-chefe e sócio do Banco Itaú Unibanco com passagens pelo Banco Mundial e pelo FMI. Antes dele presidira a instituição Henrique Meirelles (2003 a 2011) oriundo do BankBoston.

tensões próprias de cada segmento. Desta forma, com uma sociedade de interesses tão plurais, mesmo dentre segmentos econômicos específicos, como demonstra o trabalho de Minella (1996), não faz muito sentido imaginar que no conjunto os financiadores sejam movidos pelos mesmos objetivos e adotem os mesmo tipos de estratégias e que, portanto, sejam tratados como atores em bloco, sem especificar as particularidades de interesse que os movem.

Neste contexto, Mcmenamin (2012) identificou ao menos dois perfis de financiadores: *pragmáticos* e *ideológicos*. Os primeiros seriam aqueles financiadores que buscam retorno no curto prazo, de forma pontual, com relação à doação/investimento efetuado. Já ideológicos seriam financiadores que têm preocupações sobre a política de Estado, razão porque guardariam relações com determinados partidos no campo ideológico.

Controlando os padrões de alocação de recursos Speck (2016) classificou os financiadores que se engajaram no pleito eleitoral de 2014 em *alteradores* e *precavidos*. A preocupação do autor residiu em identificar se o financiador é motivado pela preocupação em influenciar o resultado eleitoral, caso em que faria doações concentradas, ou precaver-se, garantindo acesso aos eleitos, realizando doações distribuídas e dispersando seus recursos entre os candidatos mais promissores.

Tomando o trabalho de ambos autores como inspiração, nesta tese também se realizou uma classificação, porém com critérios distintos de controle.

Em primeiro lugar, foram identificados financiadores que se engajaram financeiramente em apenas uma campanha (2010 ou 2014) e aqueles que se engajaram em ambas, reiterando-se como financiadores eleitorais. Assim, uma primeira classificação identificou doadores reiterados e não reiterados.

Em um segundo passo, foram controladas as estratégias somente de *doadores reiterados*, investigando como motivaram a decisão de realizar a doação nos dois ciclos eleitorais (2010 e 2014). A partir das estratégias adotadas em cada uma das duas eleições, identificamos perfis por dife-



rentes variáveis (partido, ideologia, cargo e candidato). Em suma, cada um dos perfis decorreu de uma combinação entre o número de doações realizadas (por partido, ideologia, cargo e candidato) e pela reiteração ou não da doação para aquela variável observada. Como são múltiplos os campos de possibilidades, os perfis também apresentaram uma certa complexidade. Estes perfis foram combinados, o que levou a 27 combinações possíveis, cada uma delas expressando a estratégia de um grupo de financiadores reiterados. Dada a complexidade de analisar perfis tão díspares, optou-se também por agregar tais perfis, em uma classificação final de financiadores vinculados, estratégicos e desvinculados. No início do trabalho esperávamos, como nos trabalhos de Mcmenamim (2012) e Speck (2016) articular uma classificação binária, mas a realidade dos dados impôs que fossem consideradas todos os campos de possibilidade disponíveis aos financiadores no Brasil. Ao final, *a classificação levou em conta a motivação do financiador em manter ou não vínculos com ideologias, cargos, e candidatos entre diferentes ciclos eleitorais.*

De plano, o primeiro achado na presente tese no que tange ao perfil do financiador diz respeito ao fato de que há doadores reiterados e não reiterados, cujos percentuais serão apresentados a frente, o que por si já diz muita coisa a respeito dos financiadores, na medida em que se identificam, de plano, financiadores movidos por interesses de curto e de longo prazo. Assim, uma empresa pode ter interesse na aprovação de uma lei ou política que faz parte do plano de governo de um determinado partido. Então, esta empresa se engajará financeiramente nesta campanha. Uma vez eleito o partido e aprovada a lei, ela não terá mais motivos para voltar a financiar. Já uma empresa estruturalmente dependente do Estado provavelmente se configuraria como financiadora de longo prazo e, portanto, apresentará um perfil de engajamento financeiro eleitoral reiterado ao longo de diferentes ciclos. Em qualquer um destes contextos, entretanto, a empresa precisa que seu patrocinado seja eleito.

Neste sentido, no capítulo quatro buscar-se-á testar a hipótese de que não alcançar a vitória do candidato patrocinado levaria à desistência

do financiamento no ciclo seguinte, com a não reiteração. Por outro lado, dado relevante seria a identificação de ocorrência de reiteração apesar do resultado negativo do partido ou candidato patrocinado.

Esta questão tem especial relevância, pois colocaria em dúvidas as interpretações unívocas sobre o sistema ou a lógica do financiamento eleitoral. Aos que se opõe (itens i, ii, e iii acima) à visão de que financiadores investem buscando retornos que poderiam ser legítimos, poderiam objetar que estes fatores não impedem concluir que o financiamento tenha um caráter relacionado direta e exclusivamente à corrupção ou interesses ilegítimos. Porém, identificando perfis distintos de financiadores que podem apresentar perfis vinculados desautorizaria que a hipótese contrária seja refutada. Em outras palavras, nem todo o financiamento visa à corrupção e nem todos os financiadores são movidos por interesses ilegítimos. Uma vez que se saiba disso, caberia desestimular o financiamento tóxico e estimular aquele que se alinhe aos interesses democráticos.

O *padrão estratégico* dos financiadores é reforçado por Gopoian e Smith (1984), Jacobson e Kernell (1982), Snyder Jr. (1992); Stratmann (2005), McMenamim (2012) e Speck (2016) Segundo Jacobson e Kernell, se estamos de acordo que os políticos não são tolos, então deveríamos suspeitar que a quantidade de recursos que eles mobilizam nas suas campanhas não se dá ao acaso, pois tais atores calculariam racionalmente onde estão as melhores chances de eleição a cada novo passo. Então porque achar que com os financiadores seria diferente, ainda mais se um destes fatores é exatamente o volume de recursos disponíveis para a campanha? Jacobson e Kernell pressupõem o comportamento estratégico dos financiadores da seguinte forma:

People who control campaign resources must also make strategic decisions about deploying them. And these, too, are strongly affected by electoral odds. Although a variety of motives inspire contributors to political campaigns, most are more likely to give to campaigns of agreeable candidates who seem to have some plausible chance of winning. Among the things they consider is

the quality of the candidate. Good candidates attract money, just as the availability of money attracts good candidates.<sup>8</sup>(JACOBSON e KERNELL, 1982, p. 424)

Desta forma, sustentamos, nesta tese, a hipótese de que não haveria algo mais estratégico do que reiterar somente quando o candidato patrocinado vence as eleições. Do mesmo modo, nada mais estratégico do que reiterar quando os candidatos financiados foram bem sucedidos. Porém, isso ainda diz pouco sobre o perfil dos financiadores e sobre o campo de estratégias disponíveis ao decidir suprir uma campanha com recursos.

Ao decidir financiar uma eleição, a empresa deve extrair algum aprendizado desse processo. Disso decorre a ideia de que a reiteração também possa ser uma importante variável preditora do desempenho eleitoral, uma das hipóteses subjacentes a cada um dos modelos analisados nesta tese. Esta hipótese será testada no capítulo quatro.

Por outro lado, é evidente que efeitos negativos também poderiam ser subsumidos destes dados. Um percentual grande de reiterados, que além do mais extraem vantagens competitivas em relação a candidatos novatos no que tange a eleição de seus patrocinados tornaria a relação econômico/política (REIS, 2008) que permeia o mercado de financiamento menos permeável a novos atores econômicos que queiram ingressar neste mercado. Assim, os mesmos carteis formados para fraudar grandes obras públicas, como aqueles noticiados no Brasil recentemente<sup>9</sup>, poderiam estar associados para financiar a eleição dos partidos e candidatos protegendo as redes de relações político-econômicas construídas. Porém, embora tais relações escapam não só aos propósitos desta tese - como da possibilidade de demonstração, vez

---

<sup>8</sup> “As pessoas que controlam os recursos da campanha também devem tomar decisões estratégicas sobre como implementá-las. Elas também são fortemente afetadas pelas probabilidades eleitorais. Embora uma variedade de motivos inspirem contribuintes para campanhas políticas, a maioria é mais provável que doe à campanhas de candidatos que parecem ter chances plausíveis de ganhar. Entre as coisas que consideram é a qualidade do candidato. Os bons candidatos atraem dinheiro, assim como a disponibilidade de dinheiro atrai bons candidatos”. Traduzido pelo autor.

<sup>9</sup> Essa reflexão decorre dos fatos noticiados no Brasil envolvendo a formação e largas redes de carteis para realizações de grandes obras públicas.

que tais relações são tecidas em ambientes privados dos quais só se tem notícia por obra de investigações como aquelas desenvolvidas pelo MPF e PF nos últimos anos (FOLHA, 2017) - este tipo de relação não republicana favorece a corrosão dos níveis de crença na democracia e suas instituições. Vale lembrar que o Brasil, em comparação com outros países da América Latina, apresenta historicamente escores mais baixos de adesão à democracia (MOISÉS, 1995; MOISÉS E CARNEIRO, 2008).

## Capítulo 2

### A reiteração no financiamento eleitoral

#### 2.1 O significado da reiteração no financiamento eleitoral

Neste capítulo apresenta-se o que é a reiteração e porque pode ser importante identificá-la e compreendê-la melhor. Em primeiro lugar, o que se denominou aqui como reiteração nada mais é do que a repetição de um determinado financiador em mais de um ciclo eleitoral, ou seja, a reiteração traz implícito o controle da variação das doações eleitorais ao longo do tempo. Assim é reiterada a empresa que efetuou doações para a eleição de 2010 e para a eleição de 2014<sup>1</sup>. Para identificar as empresas reiteradas e que, portanto, financiaram candidatos e/ou partidos nos ciclos eleitorais de 2010 e 2014, utilizou-se o método de identificação de busca por intermédio da raiz do CNPJ informado pelo doador na base de dados do TSE. Adicionalmente, para empresas com doações superiores ao valor de R\$ 1 milhão na eleição de 2014, foi utilizado o filtro nominal, identificando por mecanismos de busca a identidade de caracteres que pudesse apontar duplicidade de financiadores nos dois ciclos eleitorais<sup>2</sup>.

O engajamento eleitoral de empresas e pessoas que decidem doar seus recursos para campanhas eleitorais constitui-se em um dos grandes

---

<sup>1</sup>Já estávamos concluindo este trabalho quando se identificou que metodologia similar, em menor escala, foi adotada no trabalho publicado computando doações da Odebrecht ao longo do tempo, pelo Intercept: <https://theintercept.com/2017/09/26/mapeamento-inedito-mostra-que-doacoes-legais-da-odebrecht-beneficiaram-1-087-candidatos-desde-2002/>.

<sup>2</sup> O método de controle de duplicidade (reiteração) nominal reduz a margem de erro e o grau de crítica dos dados, que por se tratarem de informações fornecidas pelos doadores junto ao SPCE algumas vezes apresentam inconsistências, decorrentes do fato, por exemplo, de o doador informar o CNPJ de uma empresa subsidiária ou filial, em um ano e da matriz em outro, visto que a legislação brasileira permite que uma mesma empresa apresente mais de um CNPJ para identificar subsidiárias e filiais. A inscrição no CNPJ no Brasil é administrada pela Secretaria da Receita Federal e regulamentada pela INSTRUÇÃO NORMATIVA RFB Nº 1634, DE 06 DE MAIO DE 2016.

temas de interesse de pesquisadores, contudo, sabe-se muito pouco a respeito. Em trabalho seminal no tema Horochovski et al (2015) por meio de técnicas de análise de redes, revelaram posicionamentos e movimentos dos atores da rede de acordo com sua capacidade de influenciar o jogo eleitoral a partir do financiamento político. Inobstante, como destacaram os autores, ainda são poucos os trabalhos que caminham neste sentido. Controlar este engajamento em uma linha temporal pode fornecer uma série de informações sobre as razões porque pessoas e empresas doam dinheiro para financiar a política.

A reiteração pode revelar diferentes estratégias de obtenção de influência política adotada por empresários ou grupos empresariais, pressupondo que a ação empresarial manifesta no engajamento financeiro signifique, portanto, a conversão do poder econômico em poder político.

Sobre a natureza do poder, os manuais de Ciência Política desde Maquiavel lecionam que em se tratando de poder, todos os atores se movimentarão para obtê-lo, conservá-lo e incrementá-lo. Max Weber define o poder como “a probabilidade de um ator dentro de uma relação social esteja em posição de realizar sua própria vontade, apesar das resistências, e independentemente das bases em que resida tal probabilidade” (*In* BADIA, 2003, P. 40). Por sua vez, Blau (1964, p. 117) o define como “a capacidade de pessoas ou grupos de impor sua vontade sobre outras apesar da resistência, mediante a dissuasão por meio de retenção de recompensas outorgadas regularmente, ou através de castigos, sabendo que ambas constituem sanções negativas”. Mas o conceito de poder que pode ser mais valioso aos propósitos desta tese encontra-se em Deutsch (1976, p. 41) (k.w.Politica y gobierno, FCE. México.)

El poder se puede concebir com el instrumento por el cual se obtienn todos los demás valores, de la misma manera em que uma red se emplea para atrapar peces. Para muchas personas, el poder es tambien um valor em sí mismo; em realidade, para algunos es, a menudo, el premio principal. Dado que el poder funciona a la vez como um médio y um fin, como red y como pez, constitue in valor clave em la politica.

Importa ainda fixar que a capacidade de obtenção de influência política, ou poder, deriva de pelo menos três fontes:

la coerción, la persuasión y la retribución. O, em otros términos, de la fuerza, la ideología y la utilidad. Estas fuentes se encuentran entremezcladas em todas las situaciones, pero la preponderância de alguna de ellas, em cada caso o momento, da lugar a um tipo de poder predominantemente coercitivo, persuasivo o retributivo, aplicado al gobierno de dicha situación. (BREY, In BADIA, 2003, p. 41)

De especial interesse para os propósitos desta tese identificar a mecânica do poder retributivo, ou seja, aquela baseada em uma relação de utilidade recíproca entre os envolvidos nas mais distintas relações políticas:

El poder retributivo se basa em la obtencion de obediencia mediante el establecimiento de una relacion de intercambio, de do ut des. El que obedece lo hace a cambio de que el que manda le dé algo. Es decir, que este tipo de poder se basa em una relación de utilidade mutua entre el que manda y el que obede. (BREY, In BADIA, 2003, p. 41)

A relação mais típica de poder retributivo, segundo Brey, é aquela que está presentenas relações entre empresários e trabalhadores na economia de mercado e que consiste no intercâmbio de trabalho por salário. Já nas relações políticas que se têm em tela neste trabalho o poder retributivo pode manifestar-se nas relações entre empresários, partidos e candidatos, ou seja, entre financiadores e patrocinados no processo eleitoral.

Uma premissa muito comum para interpretar o financiamento eleitoral é aquela segundo a qual financiadores buscam alguma espécie de retribuição de seus patrocinados (CERVI, 2010). Assim, o financiamento não passa de uma modalidade de investimento incorporado nas estratégias de marketing de uma determinada empresa<sup>3</sup> e os partidos ou

---

<sup>3</sup> Krüger (2007) testou esta hipótese denominando a relação entre financiadores eleitorais e patrocinados como “recurso relacional com os stakeholders salientes”, encontrando associações estatísticas fortes e significativas entre a presença de financiamento e o porte da empresa, o setor e a sua rentabilidade, por exemplo.

candidatos seriam os *stakeholders*<sup>4</sup> inseridos em um amplo sistema de influências recíprocas ((McGUIRE; SUNDGREN; SCHNEEWEIS, 1988; ADAMS; HARDWICK, 1988 apud KRUGER, 2007). Mas esta explicação resistiria a evidências que indicassem taxas muito pequenas de reiteração? Por que, tratando-se de um investimento, as empresas abandonariam o engajamento eleitoral como financiadoras? Trata-se de um investimento ruim? Então o que explicaria a sua ocorrência?

Como já mencionado, adota-se nesta tese o suposto de que ao reiterar o financiador busca manter a cotação inicial de suas fichas simbólicas (GIDDENS, 1991) no jogo político. Neste corolário, se o financiador não reitera, desistindo do engajamento financeiro eleitoral, é porque não conseguiu converter as fichas simbólicas (dinheiro) em influência política nas urnas. Por outro lado, se reitera é porque foi bem sucedido nessa conversão e deve atuar para manter a cotação, ou seja, o nível de influência obtido com seus recursos econômicos. Por fim, o fato de obter melhor resultado eleitoral em um ciclo seguinte (2014, neste caso) atestaria a maior influência obtida (e o sucesso na manutenção dessa influência), porque pressupõe-se que financiadores, uma vez que atinjam elevados graus de influência política, devem atuar para buscar proteger a posição de influência obtida, o que incluiria atuar para restringir a entrada de novos financiadores no mercado.

Nesse sentido, Samuels tratando sobre o sistema de financiamento eleitoral brasileiro já alertou para a e crônica escassez de financiadores (SAMUELS, 2001b; 2001c). Este, sem dúvida, é um grande paradoxo, apesar do grande volume de doações e de um número considerável de empresas que se engajam no financiamento eleitoral, quando tomadas as

---

<sup>4</sup> Segundo o modelo de *stakeholder* a empresa é vista como uma organização que deve gerar algum tipo de benefício aos parceiros do negócio. A partir do modelo da dependência de recursos, nota-se que a sobrevivência da organização está diretamente relacionada à forma como ela interage com o ambiente em que atua, no sentido de adquirir os recursos que não consegue desenvolver por si própria. Essa interação da empresa com o seu meio pode ser desenvolvida através de contratos relacionais com seus *stakeholders* salientes (BANDEIRA-DE-MELLO, 2006 apud KRUGER, 2007): “Compreende-se por *stakeholders* salientes aqueles grupos que estão direta ou indiretamente relacionados à empresa e que afetam e/ou são afetados por ela”. Salienta-se que os recursos decorrente da relação empresa vs. *stakeholders* são recursos não-negociáveis (DIERICKX; COOL, 1989 apud KRUGER, 2007, p. 13). “ou seja, desenvolvido e acumulado na empresa, será valioso, raro e difícil de ser imitado pelos concorrentes, trazendo desta forma vantagem competitiva para as empresas”.



contribuições de vulto, ou seja, aquelas com potencial de alavancagem e/ou custeio de campanhas mais bem exploradas e elaboradas, os doadores passam a ser poucos. De acordo com os dados coligidos para esta tese, identificou-se que não mais do que seis dezenas de empresas responderam por mais de 50% do financiamento global, observado em 2014, para os cargos de senador, governador, deputado federal e deputado estadual, equivalendo a um financiamento médio de R\$ 9 milhões. Para se ter uma ideia do que isso significa, com R\$ 9 milhões seria possível contratar, de acordo com o preço médio declarado pelos próprios candidatos ao TSE, 183 mil eleitores por um dia de trabalho em qualquer função de campanha eleitoral, de agitação de bandeiras a distribuição de panfletos com propaganda eleitoral.

Essa concentração de financiadores, resulta em que, do universo de empresas registradas no Brasil, cerca de 4,6 milhões, conforme apuração do censo de empresas do IBGE, em 2011, apenas 0,4% resolveram se engajar no processo eleitoral de 2010, doando parte de seus recursos. Além disso, naquela eleição os recursos provenientes de empresas responderam por 75% dos recursos totais (SPECK, 2014).

Assim, a par de uma já existente concentração de financiadores, a indicação de que tais financiadores não mudam ao longo do tempo, isto é, apresentam-se reiteradamente para financiar o processo político, pode reforçar o alerta dado por Samuels, no início dos anos 2000. A existência de poucos financiadores, além do mais reiterados, eleva o grau de crítica à dependência de candidatos e partidos em relação a seus patrocinadores. É muito diferente para um partido ou candidato buscar recursos eleitorais em um “mercado eleitoral” franqueado e amplamente disponível do que fazê-lo em um ambiente mais fechado e com vínculos sedimentados. Além disso, em ambientes políticos em que o mercado de financiamento seja mais restrito a novos participantes seria melhor alterar as regras para estimular novos atores a engajarem-se financeiramente e não o contrário, como ocorreu recentemente no Brasil com a sanção da Lei 13.165/2015. Desta forma, a taxa de reiteração passa a ser uma relevante

variável preditora do grau de abertura (SAMUELS, 2001) ou do quão democrático é o próprio mercado de financiamento eleitoral.

Além disso, controlar a reiteração pode oferecer uma série de informações sobre os financiadores: qual o conjunto de empresas que se encaixariam neste perfil? Tais empresas possuem padrões diferentes de engajamento em relação a empresas não reiteradas? A reiteração significa uma maior expertise, isto é, empresas reiteradas “investem” melhor que empresas não reiteradas, financiando candidatos e partidos mais bem-sucedidos nas urnas? Qual o grau de abertura desse mercado de financiamento para novos financiadores? Já que de acordo com a hipótese de que tratar-se-ia de um negócio mais ou menos rentável, seria de se esperar, de acordo com as leis que regem a economia, que as empresas participantes do jogo buscassem restringir a participação de novos concorrentes. Nem todas estas questões poderão ser respondidas neste trabalho, mas elas já dão alguma ideia de quanto pode ser interessante a investigação e do número de perguntas em aberto que de alguma maneira esta abordagem pode contribuir para responder.

Um dos pressupostos adotado neste trabalho e que se constitui em hipótese teórica de pesquisa é o de que o financiamento eleitoral pode ser traduzido, em última análise, na participação política em busca de influência decisória na distribuição de recursos e ônus estatais (PRZEWORSKI, 2011, SAMUELS, 2001, MCMENAMIM, 2012). Sendo assim, uma das formas de testar esse suposto teórico consiste em investigar se há um percentual robusto de financiadores se comportando de modo a favorecer vias de acesso ao poder de influência política por intermédio de seu dinheiro. Esse movimento dos financiadores poderia ser traduzido na *reiteração de financiamento ao longo do tempo*, de modo vinculado, ou não, a determinados cargos, candidatos, partidos ou ideologia.

Esta abordagem tem como premissa a ideia de que os financiadores, tanto quanto eleitores, apresentam comportamento estratégico ao empregar seus recursos em apoio a determinados partidos ou candidatos,

abandonando assim a ideia implícita em muitas das análises sobre o financiamento eleitoral que não problematizam o fato de que os financiadores não apresentam interesses unidirecionais. Desta forma, o objetivo desta abordagem é o de apreender os interesses pluridirecionais que orientam financiadores eleitorais. Parafraseando McMEnamin (2012) a questão é saber, “se o dinheiro fala, o que ele pode nos dizer” sobre seus doadores ou sobre seus interesses ao financiar.

McMenamin, relacionando as estratégias de 960 empresas às variações de competição política no Canadá, Austrália e Alemanha, durante períodos de sete a dezessete anos (controlando a reiteração, portanto), identificou pelo menos dois padrões existentes entre os doadores, classificando-os como financiadores *pragmáticos* ou *ideológicos*.

A motivação pragmática relaciona-se à barganha de bens privados advindos do sistema político. Financiadores pragmáticos financiariam aqueles que já estão no poder ou propensos a ganhar poder, desfavorecendo concorrentes mais recentes ou mais fracos. “In other words, pragmatic money is interested [in] Money”. (MCMENAMIM, 2012, p. 2).

Por sua vez, ideológicas são aquelas empresas que por meio de sua doação promovem um bem público. Elas expressam uma preferência com base em um determinado conjunto de valores e suposições. As empresas muitas vezes possuem uma ideologia de livre mercado, mas também podem apoiar outras visões do governo e de negócios, incluindo um Estado desenvolvimentista (MCMENAMIM, 2012, p. 3). Assim, se os testes empíricos realizados nesta tese de doutoramento demonstrarem que financiadores reiterados, em níveis importantes, permanecem vinculados à ideologia, partidos, ou candidatos, estaríamos diante de um indicativo de doadores com motivações ideológicas.

Além disso, o cenário de possibilidades que se descortina para um financiador em diferentes tabuleiros eleitorais também pode interferir sobre sua decisão. McMEnamin (2012) sustenta que a distribuição de doações ideologicamente motivadas deve ser relativamente estável ao longo do tempo, porque ideologias partidárias mudam lentamente.

Mesmo que os partidos rumem para a esquerda ou para direita por razões táticas, é raro a classificação esquerda-direita dos partidos mudar<sup>5</sup>. Em contraste, a distribuição de doações pragmáticas deveria seguir mudanças de curto prazo na distribuição do poder político. Estas duas motivações podem interagir em uma única decisão sobre a distribuição de contribuições políticas. É possível que uma empresa tenha motivações ideológicas e pragmáticas. Por exemplo, tome-se uma empresa que tem uma preferência ideológica de direita. Sob um governo de esquerda ela pode contribuir para a esquerda, continuando, contudo, a manifestar a sua preferência ideológica financiando também a oposição de direita. Desta forma, “At any point in time, the distribution of a firm’s money can be to the left, to the right, a hedge between left and right, or not distributed at all (no contributions)” (McMenamin, 2012, p. 6). Pode-se dizer, assim, que além das contribuições ideológicas e pragmáticas, as empresas também podem adotar comportamentos de interação entre ambas.

O que define uma empresa como pragmática é o fato de que financiam partidos em troca de benefícios diretos advindos do sistema político. Mcmenamim (2012), embora reconheça que seria possível pensar numa lógica aparentemente pragmática para todas as estratégias de financiamento eleitoral, refuta esse axioma, sustentando que essas justificativas não sobrevivem à análise de custo-benefício lúcido, politicamente consciente e focada nos negócios que definem a empresa pragmática, de maneira que em diferentes contextos será possível identificar motivações puramente ideológicas para a doação (MCMENAMIM, 2012, p. 8).

Desdobrando o argumento de Mcmenamim, Bruno W. Speck (2016), a partir de outros autores que realizam pesquisas nesta mesma vertente, (GOPOIAN; SMITH; SMITH, 1984, JACOBSON; KERNELL, 1982; SNYDER JR.,1992; e STRATMANN, 2005), buscou identificar as

---

<sup>5</sup> Explora-se essa questão na reiteração, pois controlando as doações das empresas no tempo podemos verificar se esta estabilidade é presente no caso dos financiadores brasileiros, o que poderia se traduzir na reiteração vinculada a determinados partidos, ideologias ou até mesmo candidatos.

motivações de doadores por intermédio de um modelo que articula os dois motivos mais fortes, no seu entendimento, para fazê-las, vinculados às duas consequências inevitáveis da doação a influência sobre o processo eleitoral e a conexão com os eleitos, nominando o primeiro padrão de doador como *financiador alterador* e o segundo como *financiador precavido*. Neste estudo, os perfis são definidos a partir dos diferentes padrões de doação e distribuição de recursos identificados nos financiadores.

O financiador alterador tem como objetivo influenciar o resultado do processo eleitoral. Para isso, ele precisa concentrar seus recursos em um candidato ou partido, que por padrão seria um doador cujo cálculo estratégico se resume a aumentar as chances de eleição, ou/e consequentemente diminuir as chances de que não se eleja o seu patrocinado (SPECK, 2016, p. 43).

Por sua vez, o financiador precavido é aquele que busca “maximizar a chance de ter financiado o futuro governante, seja quem for. Somente assim criam a oportunidade para eventuais retribuições”. (SPECK, 2016, p. 44). Por outro lado, cientes da imprevisibilidade do resultado eleitoral, buscam minimizar o risco de ter financiado apenas candidatos perdedores, provocando retaliações dos ganhadores, uma vez que passem a ocupar espaços decisórios.

Desta forma, evidencia-se que os dois autores distinguem-se dos financiadores, confinando-os em distintos perfis. Para isso, McMenamin trabalhou com a reiteração no tempo e a divisão de recursos entre destinatários, ao passo que Speck trabalhou com a divisão de recursos. Nesta tese, por meios diferentes, também serão identificados tais perfis. Constitui objetivo da tese, neste aspecto e da mesma forma, conhecer as motivações do financiador. Contudo, adota-se outra sistemática de controle, na qual buscar-se-á observar se as doações eleitorais de empresas apresentam interação entre diferentes eleições. Em outras palavras, *cabe saber se o se os vínculos entre financiador e partidos, ideologias, cargos e candidatos subsiste entre diferentes ciclos eleitorais e quais os tipos de vínculos que se estabelecem*. Com essa metodologia é possível aperfeiçoar

as classificações acima sobre os perfis dos financiadores e sobre o que sabemos sobre estas relações que se estabelecem entre eles.

Com este propósito, a partir da comparação das diferenças existentes, foi possível traçar nove distintos perfis para cada uma das variáveis de interação, entre as eleições de 2010 e 2014 observadas (partido, ideologia, cargo e candidato). Estes nove perfis foram reduzidos a três e a partir da combinação destes perfis identificou-se pelo menos vinte e sete padrões gerais de financiamento quando controlados cargo, ideologia, partido e candidato para quem as doações foram dirigidas em cada um dos ciclos. Finalmente, estes vinte e sete padrões foram agregados para três perfis de doação, chegando-se à identificação de doadores nos perfis *estratégicos, vinculados e desvinculados*.

A seguir, apresentam-se dados descritivos sobre a reiteração do financiamento eleitoral, em 2010 (reiterados versus desistentes) e em 2014 (reiterados versus novatos). Em seguida, apresentam-se dados descritivos de cada um dos perfis identificados nesta tese.

## **2.2 O engajamento concentrado e reiterado do financiador empresarial nas eleições de 2010 e 2014**

Antes de adentrar nos testes estatísticos que serão apresentados nos capítulos seguintes cabe apresentar os dados gerais observados a partir da variável reiteração para o conjunto dos dados, isto é, para todos os cargos, abrangendo os dados disponíveis pelo TSE, para 2010 e 2014, incluindo doações para candidatos, comitês e partidos<sup>6</sup>.

A pergunta mais trivial que se deve responder neste particular é: se as empresas efetivamente reiteraram entre diferentes ciclos eleitorais e se reiteraram, com que frequência o fizeram? Assim, o primeiro aspecto que se propõe abordar é a identificação daquelas empresas que efetuaram doações em mais de uma eleição. Identificadas estas empresas cabe apurar qual o contingente total de empresas que adotam o mesmo com-

---

<sup>6</sup> Lembrando que para os testes estatísticos nos três modelos serão excluídos dados relativos a comitês e partidos.

portamento, ou seja, espera-se notar aquelas empresas veteranas na participação política por meio do engajamento financeiro em diferentes ciclos eleitorais. A presença de um percentual muito grande de empresas deste tipo poderia representar um cenário de financiamento mais ou menos fechado à participação de novos atores. Por outro lado, a não identificação de empresários veteranos doando seus recursos poderia ser indicativo de uma baixa confiabilidade no sistema de financiamento político por parte dos financiadores (SAMUELS, 2001).

Os achados deste trabalho, no que diz respeito à reiteração de doações entre dois ciclos eleitorais (2010 e 2014) em um primeiro momento parecem dar mostras de que não estaríamos em nenhum destes dois extremos, ou seja, nem com muita, nem com nenhuma presença de financiadores reiterados, conforme ilustrado pelos gráficos abaixo.

O número total de empresas que financiaram as eleições de 2010 e 2014, considerando as doações para a eleição presidencial e aquelas efetuadas para todas as unidades da federação e Distrito Federal, para todos os cargos em disputa, é de quase 40 mil empresas<sup>7</sup>, distribuídas no número total de quase 250 mil doações<sup>8</sup>.

Deste contingente, 20.727 mil empresas doaram em 2010, ano em que o percentual de empresas que voltaram a financiar no ciclo eleitoral seguinte somou 17,3% dos casos, como expressso no gráfico abaixo. Significa dizer, portanto, que mais de 85% daquelas empresas que financiaram a eleição de 2010 não voltaram a fazê-lo em 2014, *desistindo* do engajamento eleitoral financeiro.

---

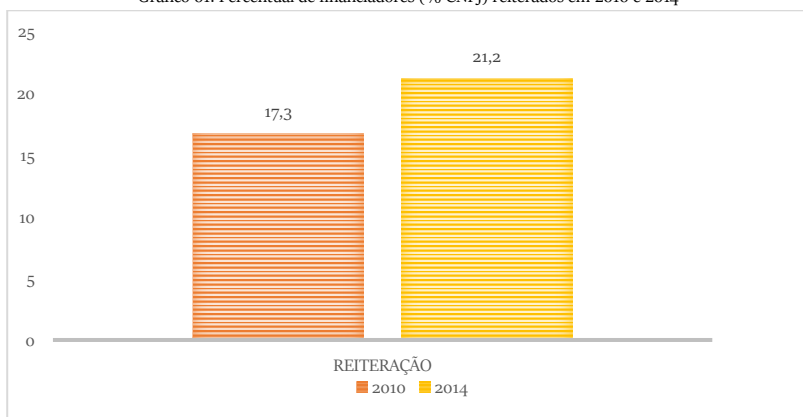
<sup>7</sup> Para chegar a este número, computou-se exclusivamente as doações por pessoa jurídica, excluindo-se os recursos atinentes ao fundo partidário, comercialização de bens ou serviços, doações de pessoas físicas, partidos, comitês, recursos próprios e doações que ocorrem entre os candidatos. Além disso, utilizou-se filtro de texto para identificar os casos em que o prestador de contas possa ter inserido dados de maneira equivocada no SPCE, utilizando-se os descritores “Eleição” “Partido” “Direção” “Diretório” “Comitê” e outros para excluir todas estas fontes de recursos que não manifestassem exclusivamente doações empresariais. Do mesmo modo, controlaram-se as doações originárias dirigidas para partidos e comitês posteriormente repassadas a candidatos, excluindo-se as doações internas repetidas. Para controle das doações internas, foram realizadas as seguintes etapas de pesquisa: (1) utilizei filtro para considerar apenas doações aos candidatos (excluindo partido e comitês); (2) excluí doações de partidos políticos e comitês na coluna tipo de doador; (3) reincluí doações de partidos e comitês.

<sup>8</sup> Neste número incluem-se as doações efetuadas por empresas para partidos e comitês, mas não doações de partidos e comitês a candidatas, as quais foram excluídas por intermédio dos filtros aplicados conforme acima.

As empresas que participaram do financiamento eleitoral, em 2014, somaram um total de 16.805 mil, das quais 21,3% estiveram presentes também na eleição de 2010, apresentando-se reiteradamente como patrocinadoras eleitorais.

Importante notar que o percentual de reiteradas, em 2010, refere-se àquelas empresas que voltaram a financiar, em 2014. Não comparamos com dados de eleições anteriores e se estas empresas já haviam doado, em 2006. Isto é, tais empresas são reiteradas em 2010 porque reiteraram em 2014, não desistindo do engajamento eleitoral.

Gráfico 01: Percentual de financiadores (% CNPJ) reiterados em 2010 e 2014



Fonte: Autor com base em dados do TSE

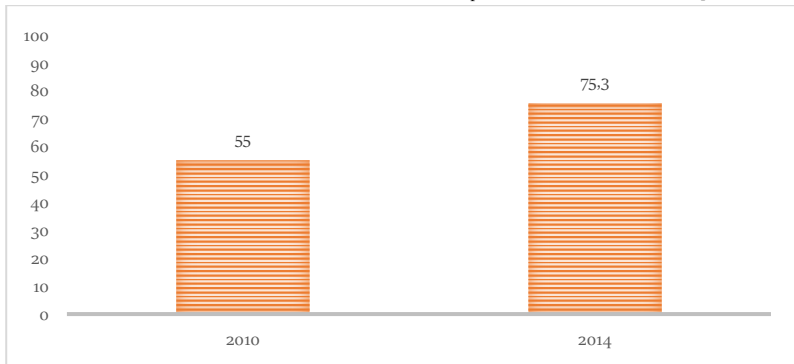
Notável que, em 2014, houve um incremento no nível de concentração de financiadores eleitorais, mas não acompanhado pela redução do volume total doado, ou seja, um menor número de financiadores se engajou financeiramente, em 2014, doando volumes mais substantivos, do que em 2010, fato que já era observado pela literatura (SPECK; 2015; MANCUSO, 2012). A novidade que destacamos é que esta concentração pode ser mais aguda do que pensavam os observadores do sistema de financiamento eleitoral no Brasil, se considerarmos o volume total de empresas que se apresentou reiteradamente para financiar o sistema político eleitoral no país.



Nesse sentido, quando se deixa de computar o número de empresas reiteradas e controla-se o volume de recursos aportados por empresas reiteradas e não reiteradas, conforme realizado no gráfico abaixo, a distribuição é absolutamente diferente, com um percentual de recursos originários de empresas reiteradas correspondente a 55,4%, em 2010, e 75,8% de todo o financiamento eleitoral, em 2014. Em outras palavras, segundo extrai-se do gráfico abaixo, 55% de todas as receitas, em 2010, e 75% de todas as receitas, em 2014, foram provenientes de financiadores reiterados que financiaram, portanto, as eleições de 2010 e 2014.

Assim, observa-se que uma de cada cinco empresas que financiaram a eleição de 2010 teve motivos para voltar a fazê-lo, em 2014. Contudo, este quinto em número de doadores representa dois terços do valor das doações, ou seja, uma minoria de empresas (21%) responde por 75% de todo o volume de recursos doado para o ano de 2014.

Gráfico 02: Percentual de recursos (% R\$) de empresas reiteradas em 2010 e 2014



Fonte: Autor com base em dados do TSE

Tem-se, assim, que não mais do que 24% dos recursos destinados a campanhas eleitorais em todos os cargos na campanha eleitoral de 2014 foram originários de empresas *novatas*, que não haviam financiado o ciclo eleitoral de 2010. Note-se, ainda, que tanto o número quanto o volume de recursos (R\$) proveniente de empresas reiteradas é maior em 2014 do que em 2010. Se estes números representam valores elevados ou não, somente novos estudos e a comparação com outros cenários poderá responder no

futuro. Por ora, para saber o quanto este valor é significativo, indispensável que se proceda a alguma espécie de comparação. Neste sentido, optou-se por observar comparativamente o percentual de reiteração, controlando-se as variáveis utilizadas como parâmetro para os testes realizados neste trabalho, cabendo saber como a reiteração no financiamento eleitoral se distribui segundo o *valor doado*, as diferentes *unidades da federação (UF)*, *partidos*, *cargos*, *ideologia*, *setor econômico* e *resultado eleitoral*.

### **2.2.1 Reiteração segundo o valor do financiamento**

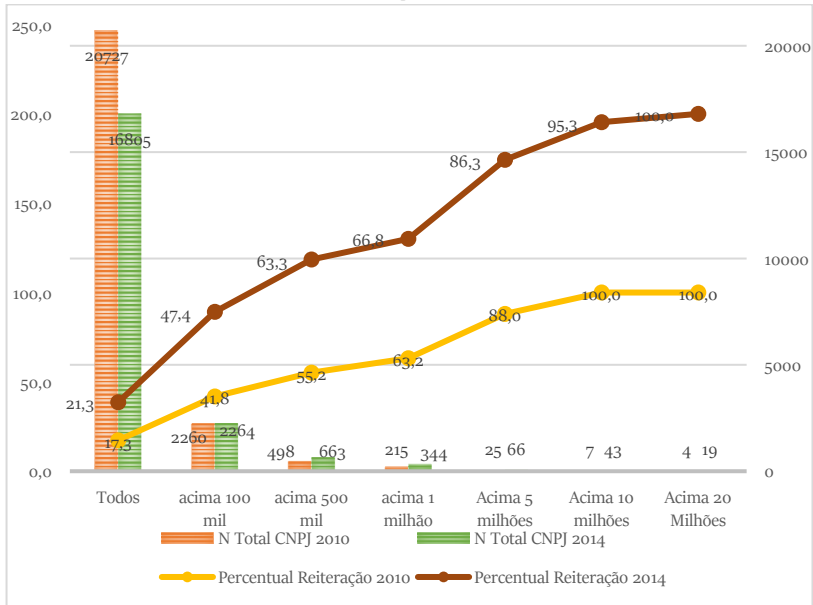
Se a observação da reiteração de maneira isolada, ilustrada acima, não informa dados superlativos no que diz respeito ao número de empresas reiteradas, por sua vez, a observação da distribuição da reiteração controlando-se os valores totais doados, apresenta valores que chamam a atenção: a reiteração entre financiadores peso-pesados parece ser a regra.

O gráfico abaixo expressa o percentual de reiteração controlando-se o valor total doado por empresa (CNPJ) corroborando essa conclusão. Em primeiro lugar nitidamente há um decréscimo no número de empresas proporcional ao volume total de recursos doados, ou seja, um menor número de empresas responde por doações mais volumosas em receita, algo que a literatura já havia demonstrado (MANCUSO & FERRAZ, 2012; SPECK, 2016). Além disso, como se infere no gráfico, quanto maior o valor doado maior o percentual de reiteração entre as empresas.

Por exemplo, apenas um pequeno número de empresas (215, em 2010, e 344, em 2014) fez doações na faixa acima de R\$ 1 milhão em cada uma destas eleições. No entanto, entre tais empresas o percentual de reiteração é maior, alcançando a marca de 63%, em 2010, e 66%, em 2014. Quando tomadas apenas as empresas com doações excedentes a R\$ 10 milhões tem-se apenas sete empresas, em 2010, e 43, em 2014. O percentual de reiteração, neste caso é de 100%, em 2010, o que significa que todas estas sete empresas já haviam doado, naquele ano. Em 2014, o percentual de reiteração nesta faixa de doação acima de R\$ 1 milhão chegou a 95,3%. No grupo

de financiadores que superou os R\$ 20 milhões<sup>9</sup>, o número caiu para 4, em 2010, e apenas 19, em 2014. O percentual de reiteração neste caso chegou a 100%, significando que todas as empresas que doaram acima de R\$ 20 milhões, em 2010, voltaram a doar, em 2014, e todas que doaram acima desse valor, em 2014, já haviam doado, em 2010.

Gráfico 03: Percentual e número de financiadores reiterados em 2010 e 2014 controlados segundo o valor total doado por CNPJ



Ilustrativamente a tabela abaixo apresenta o rol de empresas que financiaram a eleição de 2014 em valores acima de R\$ 20 milhões<sup>10</sup>. Note-se na linha final que este conjunto de apenas 19 empresas, todas reiteradas, correspondeu a 39% de todos os recursos doados na eleição de 2014.

<sup>9</sup> Vale notar que o valor de R\$ 20 milhões estava previsto como valor limite de doações empresariais no Projeto de Lei que levou à aprovação da Lei 13.165/2015. Porém o projeto recebeu o veto presidencial também neste particular, da então presidente Dilma Rousseff, que terminou por proibir o financiamento eleitoral empresarial, a partir da eleição de 2016.

<sup>10</sup> Importa esclarecer que os valores se referem apenas às doações efetuadas para candidatos. Excluem-se, portanto, doações dirigidas a comitês e partidos. Computadas tais doações os valores seriam muito maiores. Tal decisão metodológica foi tomada para tornar possível o cruzamento direto entre os recursos doados para os candidatos e o resultado eleitoral obtido pelos financiadores em decorrência desta doação.

Tabela 3: Financiadores com doações acima de R\$ 20 milhões segundo valor doação, n. candidatos financiados, n. de eleitos, votos totais e representação percentual das doações totais na eleição de 2014.

Empresa	Valor (Milhões R\$)	N. (cand)	Eleitos					Votos Total (Milhões)	% Rs Total
			GO V	SE N	DEPFE D	DEPE ST	Total		
GRUPO ODEBRECHT	61,8	499	12	6	74	92	184	457	2,0
COSAN S.A.	31,6	420	6	2	39	33	80	435	1,0
GRUPO GERDAU	27,3	250	4	6	43	40	93	147	0,9
BRADESCO	85,0	814	14	16	127	124	281	1.001	2,7
CRBS/AMBEV	43,5	541	11	11	87	68	177	1.102	1,4
BANCO BTG PACTUAL	52,7	310	6	4	32	45	87	246	1,7
GRUPO OAS. S.A.	97,2	743	14	11	94	111	230	1.555	3,1
GRUPO JBS S.A.	358,2	1999	16	12	184	225	437	1.794	11,6
UTC ENGENHARIA S.A.	46,4	612	3	3	52	93	151	340	1,5
QUEIROZ GALVÃO	63,9	836	8	3	89	126	226	1.366	2,1
GRUPO VALE S.A.	24,9	291	4	6	56	51	117	1.173	0,8
ANDRADE GUTIERREZ	90,7	577	6	8	71	97	182	633	2,9
ARCELORMITTAL BRASIL	29,7	221	5	3	32	35	75	226	1,0
AMIL - ASSIST. MEDICA	32,7	253	4	2	38	36	80	235	1,1
NIELSEN ENGENHARIA	26,9	235	2	5	32	35	74	94	0,9
BRASKEM S/A	28,1	349	6	4	50	58	118	390	0,9
ITAU UNIBANCO S.A	29,6	400	11	9	87	60	167	471	1,0
SUCOCITRICO CUTRALE	21,8	78	0	2	12	13	27	22	0,7
CERV. PETRÓPOLIS S/A	56,1	342	4	1	55	73	133	292	1,8
Total	1.208,1							11.981	39,0

Fonte: Autor com base em dados do TSE

O grupo JBS, por exemplo, somadas as doações de suas subsidiárias, repassou R\$ 358 milhões na eleição de 2014, correspondendo a 11,6% do volume total doado naquele ano. A tabela ilustra ainda dados que serão explorados mais à frente, indicando o número de candidatos financiados por cada uma destas empresas, o número total de eleitos e o número de eleitos por cargo. Indica ainda o número total de votos amealhados pelo conjunto de candidatos patrocinados.

Ficou evidenciado, portanto, que os escores de reiteração variam conforme o valor do financiamento: quanto maior, proporcionalmente maior também o percentual de reiteração. Além disso, ficou bastante evidente que um conjunto pequeno de empresas (n) corresponde a doadoras de grande

impacto, *big donors*, e que além da já grande concentração que isso indica, tais empresas são reiteradas na absoluta maioria dos casos.

Para se chegar a estes números, porém, foi necessário analisar caso a caso o contingente de empresas com doações mais expressivas (acima de R\$ 1 milhão), procurando identificar empresas que poderiam ter doado com mais de um CNPJ em cada um dos ciclos eleitorais, o que dificulta sobremaneira o controle proposto nesta abordagem. Identificou-se, assim, os casos de empresas que chamaremos “novatas de fachada”, ou seja, empresas que em uma primeira análise, controlando-se os CNPJs, figuram como não reiteradas, mas que após análise mais detida, filtrando-se pelo nome e, em alguns casos, pelo controle acionário<sup>11</sup> mostraram-se como empresas veteranas no negócio do financiamento eleitoral. Além disso, este método de análise permitiu agregar doações por CNPJ que estavam desagregados na base eleitoral do TSE. No apêndice deste trabalho encontra-se o rol de empresas enquadradas neste perfil.

Para este conjunto de empresas foi atribuído um CNPJ fictício, não correspondente a nenhuma outra empresa, para fins de controle de reiteração por raiz CNPJ nas bases de dados de 2010 e 2014. A seguir, passa-se a tratar da reiteração controlada por outras variáveis com a finalidade de verificar se os valores de reiteração mais gerais identificados aqui possuem variação importante, controlando-se outras variáveis. Tais dados podem ajudar a interpretar se os achados sobre as taxas de reiteração são altos ou baixos, utilizando-se como parâmetro as diferentes unidades da federação, cargos, partidos e ideologia.

### **2.2.2 Reiteração por Unidade da Federação - UF**

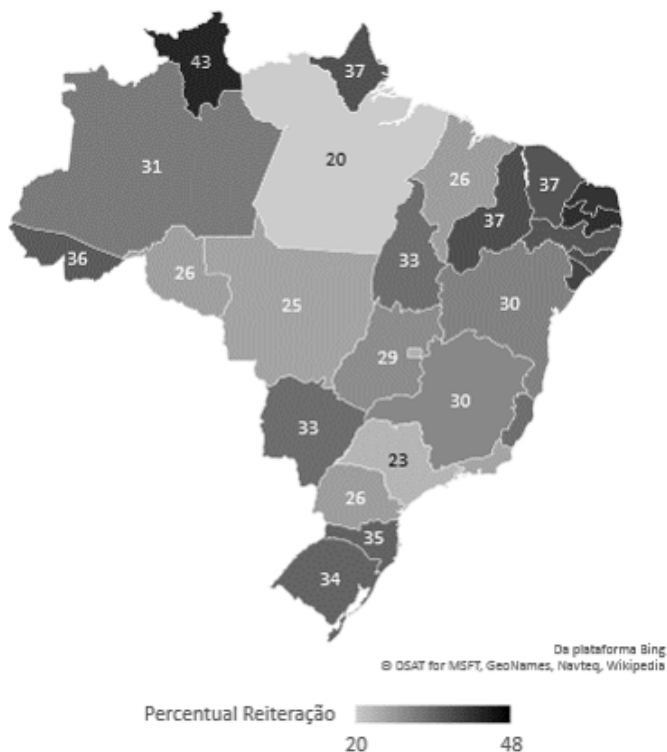
Uma das primeiras formas de comparar os escores de reiteração encontrados para o conjunto de dados é observar se há variação

---

<sup>11</sup>Exemplo do BANCO Alvorada, que embora com nome e CNPJ distinto é de controle e propriedade do Banco Bradesco, como pode-se inferir no web site da EMIS. Disponível: [https://www.emis.com/php/company-profile/BR/Banco\\_Alvorada\\_SA\\_pt\\_1141792.html](https://www.emis.com/php/company-profile/BR/Banco_Alvorada_SA_pt_1141792.html)

importante nos percentuais e no número de empresas reiteradas em cada uma das unidades da federação, ou seja, tomando por base cada uma das circunscrições eleitorais, identificando-se os escores de reiteração em cada uma das diferentes eleições, que ocorreram em 2010 e 2014. Tem-se, assim, o total de 28 unidades de observação, ou seja, as eleições que ocorreram em cada um dos 27 estados da nação, incluindo o distrito federal (abrangendo as disputas pelos cargos de deputados estaduais, federais, senador e governador) e a eleição nacional para presidente da república. O gráfico abaixo apresenta o percentual de reiteração em cada uma destas circunscrições eleitorais.

Gráfico 04 – Percentual reiteração por UF – 2014 – (N. CNPJ)



Fonte: Autor com base em dados do TSE

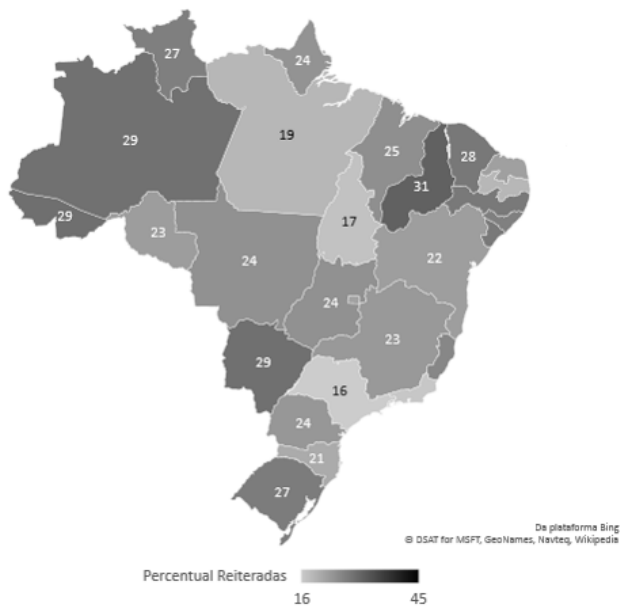
Em primeiro lugar, para a eleição presidencial, cuja circunscrição eleitoral abrange as doações de todo o território nacional para o cargo de presidente da república, um total de 864 empresas (CNPJ) efetuaram doações. Deste total, 419 empresas, o correspondente a 48,5%, já haviam efetuado doações no ano de 2010. Um valor que fica bem acima daquele que considera todo o conjunto de dados apresentado acima.

Entre as unidades da federação o menor percentual de reiteração foi identificado no Pará (20,1%), São Paulo, (23%) Distrito Federal (23,7%), Maranhão (24,9%) e Pará (25,9%). No outro extremo, os Estados de Roraima (43,1%), Paraíba (41,9%) e Rio Grande do Norte (41,4%) apresentam os maiores percentuais de reiteração. Nestes estados, as empresas reiteradas abrangem, portanto, praticamente a metade de todas as empresas que realizaram doações eleitorais, em 2014.

A diferença entre as UF com maior percentual de reiteração é considerável: as eleições para Presidência da República tiveram 48,5% de reiteração, ao passo que nas eleições do PA a reiteração não passou de 20% dos casos. O desvio padrão observado foi de 6,83%.

Tomando-se os escores de reiteração por UF, no ano de 2010, os dados são um pouco mais homogêneos, como pode-se observar no gráfico abaixo. Pode-se, entretanto, notar que a diferença entre a UF com o maior escore de reiteração (PI - 31%) e o menor (SP - 16%) é bastante grande. A eleição presidencial, em 2010, teve um percentual de 45% de empresas reiteradas. O desvio padrão neste caso é de 6%.

Gráfico 05 – Percentual reiteração 2010 – (N. CNPJ)



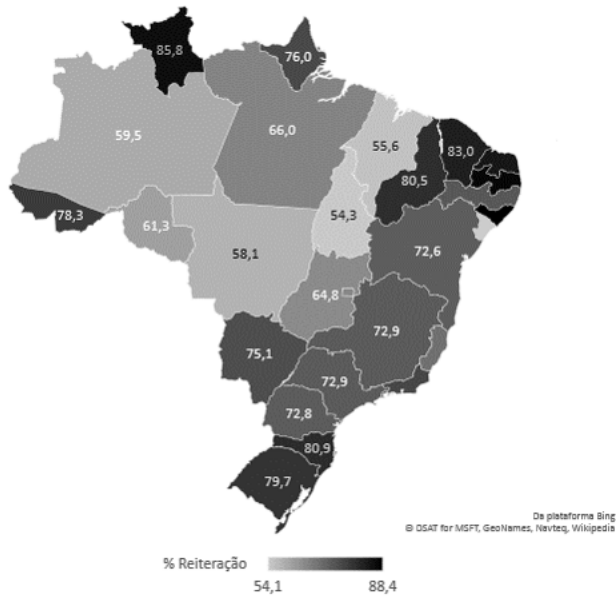
Fonte: Autor com base em dados do TSE

Observa-se, assim, uma variação importante nos escores de reiteração. Cabe dizer que muitas das empresas apresentam-se como financiadoras em mais de uma circunscrição eleitoral, o que tem efeito sobre o conjunto dos dados prejudicando em parte este tipo de análise comparativa, que exigiria observação em outros contextos de disputa.

Entretanto, quando computados os valores do financiamento, e não o número de empresas (CNPJs) reiteradas como demonstrado acima, os escores de reiteração e a variação são bastante diferentes por UF. Demonstrativo disso é o desvio padrão que considerada a variação nos escores de reiteração é de apenas 6,8 pontos em 2014 e quando considerada a variação na reiteração de acordo com o volume doado no mesmo ano sobe para 10,5 pontos. O estado de SP, por exemplo, que na eleição de 2014 apresentou, em número de empresas, um escore de 23% de reiteração, quando considerado os volumes de recursos destinados pelas reiteradas passa a representar 73% de reiteração.



Gráfico 06: Percentual de reiteração 2014 (Rs/CNPJ)



Fonte: Autor com base em dados do TSE

Deve-se chamar a atenção para um fato já notado anteriormente, isto é, a necessidade de observar em conjunto os dados sobre o número de empresas reiteradas e do volume de recursos advindos de tais empresas reiteradas. Assim, observa-se no estado de SC, por exemplo, que 35% das empresas que financiaram os partidos e candidatos neste estado eram reiteradas, porém este contingente mais restrito de empresas respondeu por 80,9% de todo o recurso doado. No estado de SP, o percentual de empresas reiteradas foi de 26%, em 2014, porém esse contingente de empresas respondeu por 72,9% dos recursos. Comparando-se o maior e o menor valor de reiteração, tem-se os estados do Tocantis, com 54% de recursos oriundos de empresas reiteradas, em 2014, e o estado do Alagoas, em que os recursos de empresas reiteradas representaram 88,4% dos recursos. Pode-se afirmar que o chamado mercado de financiamento eleitoral é bastante restrito naquele estado, com cerca de 10% dos recursos derivados de empresas que financiaram pela primeira vez em 2014.

Gráfico 07: Percentual de reiteração 2010 (Rs/CNPJ)



Fonte: Autor com base em dados do TSE

Para o ano de 2010, o gráfico da variação de reiteração sobre o percentual de recursos aponta escores menores de reiteração de forma geral em todas as unidades da federação. A maior diferença registrada depreende-se da comparação do estado do Tocantins, com 53,7% de reiteração, com o estado do Alagoas, que atingiu o valor de 91% de reiteração. Este dado significa que, do montante de recursos que financiou toda a campanha de 2010, 91% derivava de financiadores que voltaram a doar, em 2014.

### 2.3 Análise do perfil dos financiadores exclusivamente reiterados

Tratou-se, até aqui, de apresentar dados descritivos do contraste entre financiadores reiterados e não reiterados, tomando-se isoladamen-

te as doações de 2010 e 2014. A partir deste ponto, passa-se a apresentar dados descritivos exclusivamente dos financiadores reiterados, explorando se eles destinaram seus recursos para os mesmos *partidos, candidatos, cargos e campos ideológicos* nas duas eleições (2010 e 2014) ou se doaram para atores distintos. A resposta a este ponto vai informar mais a respeito do comportamento dos financiadores e das diferentes estratégias adotadas por eles, além de permitir que se construam perfis comparativos destes financiadores reiterados.

Para esse propósito, foram considerados os financiadores que estiveram presentes nos dois ciclos eleitorais, de 2010 e 2014, financiando ao menos uma candidatura. Para controlar a estrutura de oportunidades disponível para cada financiador nos dois ciclos, foram incluídos no modelo tão somente candidatos que estiveram presentes nas duas eleições, visto que um dos objetos de controle é identificar se o financiador efetuou doações para os mesmos candidatos, ou não. Para controlar esta variável necessariamente a base teria que ter candidatos que estiveram presentes nos dois ciclos. Desta forma, o número de empresas (CNPJs) é mais reduzido do que nas seções anteriores, pois ao filtrar por CNPJs e CPFs presentes nos dois ciclos se reduz o número total de casos com estas características. Isto porque empresas que doaram apenas para candidatos (CPF) que não reiteraram nos dois ciclos não são contabilizadas<sup>12</sup>. Além disso, a base de reiterados toma apenas as doações dirigidas diretamente para candidatos, excluindo, portanto, doações dirigidas para comitês e partidos políticos. Esta opção metodológica justifica-se diante do objetivo de mensurar as taxas de sucesso eleitoral do financiamento, o que só pode ser realizado tomando-se as doações dirigidas diretamente para os candidatos.

Dada esta opção metodológica, o número total de empresas reiteradas presente na base é de 2.282 CNPJs, correspondentes aos cinco cargos

---

<sup>12</sup> Um exemplo disso é uma empresa X que tenha efetuado doações apenas para Pedro em 2010, e para João em 2014. Se Pedro e João não forem reiterados, estas doações serão excluídas da base, e, por conseguinte, as doações da empresa X deixam de ser contabilizadas, configurando um CNPJ a menos na base.

em disputa nos dois ciclos (deputado estadual/distrital, deputado federal, senador, governador e presidente).

A primeira questão observada é que as empresas que reiteraram aumentaram o valor do financiamento na maioria absoluta dos casos (52,5%). O valor das doações de 2010 foi atualizado pelo IGP-M (FGV) até outubro de 2014, permitindo comparar o valor efetivo no momento de cada doação.

Variação do Valor doado (2010 e 2014)

Varição	N	Percentual
Reduziu	1085	47,5
Aumentou	1197	52,5
Total	2282	100,0

Para o conjunto de dados recortados nesta análise, o valor total de doações em 2010 (atualizado) alcançou o valor de R\$ 2,6 bilhões de reais, ao passo que, em 2014, o valor atingiu a soma de R\$ 3, 7 milhões. O valor médio de doação por CNPJs foi de R\$ 948 mil, em 2010, e de R\$ 1,6 milhão, em 2014, o que é fruto da já citada concentração de doações ocorrida em 2014. Esta concentração se traduz também no número de candidatos financiados em cada ciclo. Na eleição de 2010, cada financiador patrocinou 5,9 candidatos em média, número que dobrou em 2014, com 10,6 candidatos patrocinados por CNPJ em média.

Na sequência apresentam-se os parâmetros utilizados para construir o perfil do financiador a partir das características das doações efetuadas nos dois ciclos eleitorais exclusivamente por financiadores reiterados.

### 2.3.1 Parametros para elaboração dos perfis de financiadores reiterados

A partir da comparação das doações dos reiterados nos dois ciclos foram construídas nove categorias, classificando os financiadores segundo como doaram para *partido, ideologia, cargo e candidato*, gerando para

cada uma destas quatro variáveis nove distintos perfis, conforme seguem: (a) *Vinculado* – quando o financiador dirigiu sua doação para um único cargo e a doação foi dirigida para o mesmo cargo nos dois ciclos; (b) *Vinculado múltiplo* – nos casos de doação coincidente para mais de um cargo nos dois ciclos; (c) *Estratégico expansivo* – quando o financiador efetuou doações para apenas um cargo no primeiro ciclo e para mais de um cargo no segundo coincidindo pelo menos um cargo; (d) *Estratégico regressivo* – quando a doação foi dirigida para mais de um cargo em 2010 e para apenas um em 2014 o qual coincidiu com os cargos da eleição anterior; (e) *Estratégico* – casos em que o financiador efetuou uma pluralidade de doações nos dois ciclos, coincidindo pelo menos um cargo, mas financiando também cargos distintos; (f) *Desvinculado expansivo* – financiador que efetuou doações para cargos completamente distintos nas duas eleições, expandindo o número de cargos de um para vários; (g) *Desvinculado regressivo* – financiador que efetuou doações para cargos completamente distintos nas duas eleições, diminuindo-se o número de cargos de vários para apenas um; (h) *Desvinculado múltiplo* – financiador que efetuou doações para mais de um cargo, doando para cargos completamente distintos. A tabela abaixo ilustra esses perfis, destacando que a tabela abaixo representa a classificação por cargo, mas que essa classificação foi realizada levando em consideração as estratégias de doação, isoladamente, para cada um destes critérios: *cargo, partido, ideologia e candidato*. O número de casos final observado nesta abordagem (CNPJs) é mais reduzido em virtude de que estão sendo contabilizados apenas financiadores reiterados e que tenham financiado candidatos que tenham se apresentado nos dois ciclos e, portanto, também reiterado. Assim, financiadores que tenham reiterado, mas que tenham doado para candidatos que não tenham reiterado, no ciclo de 2014, não foram contabilizados, razão por que o número de casos observados se resume a 2.282.

Tabela 4: Sistemática para classificação dos financiadores reiterados segundo estratégia de doação por cargo, partido, ideologia ou candidato

Perfil Financiador	Perfil Reduzido	Descrição
Vinculado único	Vinculado	Apenas 1 doação: Somente um e mesmo CARGO nas duas eleições
Vinculado múltiplo	Vinculado	Mais de uma doação: Exatamente o(s) mesmo(s) CARGOS em 2010 e 2014 – pode ter mais de um CARGO
Estratégico expansivo	Estratégico	Apenas 1 doação em 2010, mais de um em 2014: mantendo-se Vinculado ao CARGO de 2010, mas ampliando os financiados a CARGOS diferentes em 2014
Estratégico regressivo	Estratégico	Mais de uma doação em 2010, apenas 1 doação em 2014: manteve doação a apenas 1 CARGO de 2010.
Estratégico	Estratégico	Mais de uma doação em 2010 e 2014: CARGOS diferentes mas mantendo-se Vinculado a pelo menos 1 em ambas eleições
Desvinculado único	Desvinculado	Apenas 1 doação nas duas eleições: CARGOS completamente diferentes em ambas
Desvinculado expansivo	Desvinculado	Apenas uma doação em 2010 e mais de uma doação em 2014: CARGOS completamente diferentes
Desvinculado regressivo	Desvinculado	Mais de uma doação em 2010, apenas uma doação em 2014: CARGOS completamente diferentes
Desvinculado múltiplo	Desvinculado	Mais de uma doação nos dois anos: CARGOS completamente diferentes nos dois anos

Fonte: Autor

A seguir apresentam-se as doações nos dois ciclos controlando-se segundo cada uma das quatro variáveis (partido, ideologia, cargo e candidato), para, a partir dessa comparação, traçar o perfil dos financiadores de acordo com cada uma destas variáveis e, ao final apresentar-se o perfil geral com vinte e sete categorias e finalmente o perfil agregado com três categorias.

Importante ressaltar que em relação a cada uma destas variáveis múltiplas foram as estratégias adotadas pelos financiadores. Por exemplo, em relação ao cargo financiado nos dois ciclos observou-se com auxílio da tabela abaixo que a maioria optou por financiar apenas um cargo em cada um dos ciclos. Em 2010 somando os financiadores que doaram para apenas um cargo tem-se 48,4% dos casos e em 2014 o total de 53,8% dos casos. Porém, se considerados os dois ciclos, na verdade, 32% dos financiadores doaram para apenas um cargo na eleição de 2010 e 2014, em 32% dos casos o financiador efetuou doações para mais de um cargo nos dois ciclos.

Tabela 5: Estratégia doação financiadores reiterados em relação ao N Cargos 2010 e 2014

Expansivo (apenas um cargo em 2010 e mais de um em 2014)	429	18.7993
Plural (mais de um cargo nos dois ciclos)	748	32.77826
Regressivo (mais de um cargo em 2010 e apenas um em 2014)	306	13.40929
Único (apenas um cargo nos dois ciclos)	799	35.01315
Total:	2282	

Fonte: Autor com base em dados do TSE

Controlando-se a variação do número de cargos financiados em 50% dos casos o financiador manteve o número de financiados e aumentou o número de cargos em relação à eleição de 2010 em 30% dos casos.

Tabela 6: Variação cargos financiadores reiterados 2010 e 2014

Aumentou	688	30.14899
Mesmo	1160	50.8326
Reduziu	434	19.0184
Total	2.282	

Fonte: Autor com base em dados do TSE

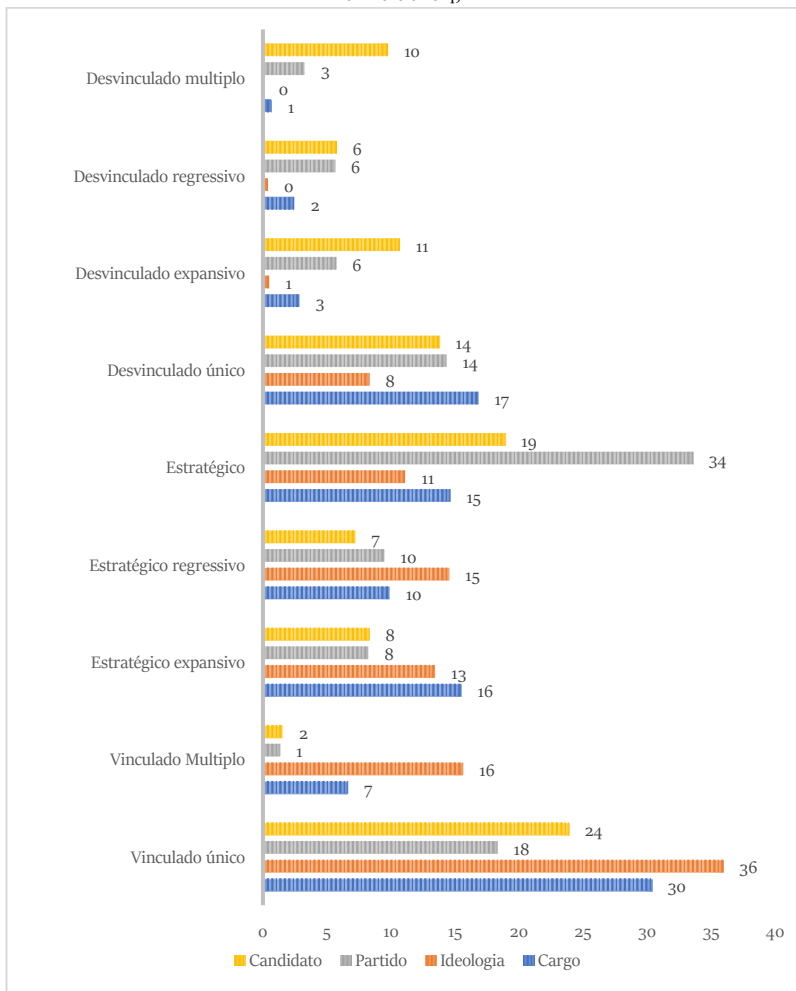
No apêndice desta tese apresentam-se gráficos que ilustram também a variação por partido e pelo número de candidatos financiados em cada ciclo controlando-se por CNPJ.

### 2.3.2 Tipologia dos financiadores reiterados

Nesta seção sumário a comparação da distribuição dos financiadores pelos perfis construídos pelas variáveis cargo, partido, ideologia e candidato, permitindo comparar as diferenças existentes. Notável através desta comparação que os perfis variam significativamente segundo o critério de controle. Por exemplo, no que tange ao perfil desvinculado múltiplo (integrado por financiadores com mais de um financiado nos dois ciclos sem repetir o mesmo candidato), é pequena a incidência (< 3%) de financiadores neste perfil quando considerada a doação nos dois ciclos segundo cargo, partido ou ideologia. Porém, quando considerado a variável candidato para quem o financiador reiterado doou em cada um dos ciclos contabiliza-se cerca de 10% de financiadores neste perfil. Digno

de nota que no perfil por ideologia para a qual o financiador doou nos dois ciclos tem-se o mais baixo percentual (9%) de financiadores desvinculados, dado que contrastado com o percentual de financiadores vinculados indica um importante aspecto nas estratégias dos financiadores, qual seja, o fato de que a maioria dos financiadores age de modo preponderantemente vinculado ideologicamente.

Gráfico 8: Perfil financiador (% CNPJ) por cargo, ideologia, partido e candidato (Comparando-se o financiamento em 2010 e 2014)



Fonte: Autor com base em dados do TSE

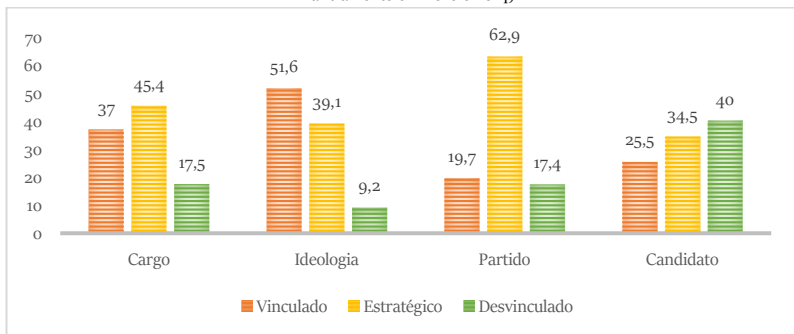


Para melhor visualização o perfil dos financiadores reiterados foi agregado de nove para três categorias. Comparando-se tal perfil pelas diferentes variáveis pelas quais ele foi construído tem-se a distribuição ilustrada no gráfico abaixo.

Com auxílio deste gráfico se pode responder objetivamente à primeira questão deste capítulo: *os financiadores doaram para os mesmo partidos, ideologias, cargo e candidatos nos dois ciclos?*

Como se pode observar no gráfico abaixo 37% dos doadores financiam o mesmo cargo nos dois ciclos. Com relação ao partido o vínculo foi mantido em 20% dos casos, valor que sobe para 52% quando considerada a ideologia. Com relação aos candidatos, 25% dos financiadores voltaram a financiar o mesmo postulante que haviam financiado em 2010 também no ciclo de 2014. Entre cargo, partido e ideologia é pequeno o número de financiadores que efetuou doações completamente distintas. Para ideologia apenas 9%, e para partido 17% dos casos doaram para partidos completamente diferentes. Já com relação a candidatos, 40% doaram para candidatos diferentes nas duas eleições. Vale notar que apenas candidatos reiterados, que concorreram nas duas eleições, foram considerados na base de dados deste capítulo. Doadores estratégicos que mantiveram algum vínculo, mas também doaram em contextos diferentes constituíram maioria quando considerada a doação por partidos, chegando a 63% dos casos.

Gráfico 09: Perfil financiador agregado (% CNPJ) por cargo, ideologia, partido e candidato (Comparando-se o financiamento em 2010 e 2014)



Fonte: Autor com base em dados do TSE

A partir da combinação destes perfis acima (com exceção do perfil por partido<sup>13</sup>) foi construído um perfil geral dos financiadores contendo 27 distintas combinações as quais são apresentadas na tabela abaixo. Com auxílio da tabela pode-se identificar que o perfil que abrange o maior número de casos é aquele no qual o financiador efetuou doações para a mesma ideologia, cargo e candidato (Vinculado quatro) nas duas eleições, grupo que representou 16,% dos casos. Em seguida os perfis vinculado1 e estratégico13 figuram com 14,3% dos casos e o perfil vinculado11 representa 13,3% dos financiadores reiterados:

Tabela 7: Perfil dos financiadores reiterados segundo doação efetuada em 2010 e 2014 por ideologia, cargo e candidato.

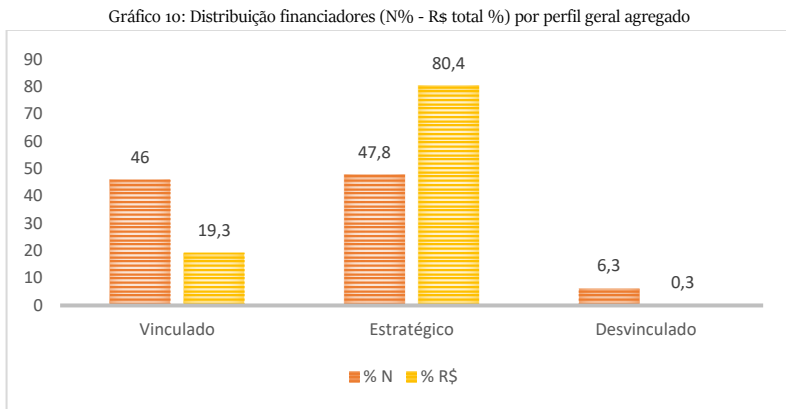
PERFIL	IDEOLOGIA	CARGO	CANDIDATO	VINCULO	NIVEL Vinculo	N	%
VINCULADO1	MESMO	DIFERENTE	MESMO	IDEOL E CAND	1	327	14,3
VINCULADO2	MESMO	DIFERENTE	DIFERENTE	IDEOL	2	123	5,4
VINCULADO3	DIFERENTE	DIFERENTE	MESMO	CAND	3	14	0,6
VINCULADO4 <i>Dummy</i>	MESMO	MESMO	MESMO	IDEOL CARGO CAND	4	377	16,5
VINCULADO5	MESMO	MESMO	DIFERENTE	IDEOL E CARGO	5	81	3,5
VINCULADO6	DIFERENTE	MESMO	MESMO	CARGO E CAND	6	44	1,9
DESVINCLADO1	DIFERENTE	MESMO	DIFERENTE	CARGO	7	33	1,4
DESVINCLADO2	DIFERENTE	DIFERENTE	DIFERENTE	NENHUM	8	93	4,1
ESTRATÉGICO1	MESMO E DIF	DIF	MESMO E DIF	IDEOL E CAND	9	4	0,2
ESTRATÉGICO2	MESMO E DIF	DIF	DIF	IDEOL	10	91	4
ESTRATÉGICO3	DIF	DIF	MESMO E DIF	CAND	11	294	12,9
ESTRATÉGICO4	MESMO E DIF	MESMO E DIF	MESMO E DIF	IDEOL E CARGO	12	8	0,4
ESTRATÉGICO5	DIF	MESMO E DIF	MESMO E DIF	CARGO E CAND	13	17	0,7
DESVINCLADO3	DIF	MESMO E DIF	DIF	CARGO	14	5	0,2
ESTRATÉGICO6	MESMO E DIF	DIF	MESMO	IDEOL E CAND	15	7	0,3
ESTRATÉGICO7	MESMO	DIF	MESMO E DIF	IDEOL E CAND	16	64	2,8
ESTRATÉGICO8	MESMO E DIF	MESMO	MESMO	IDEOL CARGO CAND	17	9	0,4
ESTRATÉGICO9	MESMO	MESMO E DIF	MESMO	IDEOL CARGO CAND	18	78	3,4
VINCULADO7	MESMO	MESMO	MESMO E DIF	IDEOL CARGO CAND	19	91	4
ESTRATÉGICO10	MESMO E DIF	MESMO	MESMO E DIF	IDEOL CARG CAND	20	137	6
ESTRATÉGICO11	MESMO E DIF	MESMO E DIF	DIFERENTE	IDEOL E CARGO	21	303	13,3
ESTRATÉGICO12	MESMO	MESMO E DIF	DIFERENTE	IDEOL E CARGO	22	75	3,3
ESTRATÉGICO13	MESMO	MESMO E DIF	MESMO E DIF	IDEOL CARG CAND	23	2	0,1
ESTRATÉGICO14	MESMO E DIF	MESMO	DIFERENTE	IDEOL E CARGO	24	5	0,2
ESTRATÉGICO15	DIFERENTE	MESMO	MESMO E DIF	CARGO E CAND	25	327	14,3
ESTRATÉGICO16	MESMO E DIF	DIFERENTE	MESMO E DIF	IDEOL CAND	26	123	5,4

A identidade de cargos para os quais o financiador doou nos dois ciclos não foi considerada para atribuição do perfil vinculado, como se observa no perfil desvinculado 1.

Fonte: Autor com base em dados do TSE

<sup>13</sup>Optou-se por não utilizar a variável partido, por entendermos que a variável ideologia seja mais apropriada para identificar a variação a um só tempo, partidária e ideológica.

Como essa classificação é um tanto prolixa, optou-se também por apresentar uma classificação simplificada agregando todos aqueles financiadores do perfil vinculado, estratégico e desvinculado. A distribuição final segue representada no gráfico abaixo que apresenta o número de financiadores enquadrados em cada perfil e o percentual do volume de recursos total mobilizado na soma das duas eleições (2010 e 2014) por cada um dos perfis.



Observe-se que o perfil desvinculado é o mais inexpressivo tanto em número de financiadores nele enquadrados, apenas 6,3% dos casos, quanto em recursos econômicos mobilizados nas duas campanhas eleitorais os quais não ultrapassaram 0,3% dos casos. O que significa que apenas 6,3% dos financiadores não estiveram vinculados por ideologia, ou mesmo por candidato nas duas eleições<sup>14</sup>. Um achado que por si diz muita coisa a respeito dos financiadores eleitorais, significando que a maioria adotou comportamentos estratégicos ou de vinculação a candidatos e/ou partidos nos dois ciclos eleitorais.

Em resumo, nesta seção realizou-se abordagem descritiva das variáveis construídas a partir das diferentes estratégias de doação

<sup>14</sup> Isso porque como já referido o cargo financiado nas duas eleições não foi utilizado para atribuir o financiador como vinculado.

identificadas ao controlar-se o cargo, partido, ideologia e candidatos para os quais foi destinada a doação eleitoral na eleição de 2010 e 2014 pelos financiadores reiterados. A partir das estratégias identificadas na forma como financiadores distribuíram seus recursos nas duas eleições (2010 e 2014) elaborou-se o perfil do financiador em nove categorias, e posteriormente, em apenas três categorias (Vinculado, Estratégico e Desvinculado). Articulando a classificação por cargo, ideologia e candidato formou-se uma classificação geral tomando-se estas três variáveis concomitantemente. Essa classificação gerou 27 distintos perfis, os quais foram reunidos em três categorias finais.

Neste capítulo apresentaram-se dados descritivos a respeito do financiamento eleitoral nas eleições de 2010 e 2014 com foco na reiteração dos financiadores. Comparou-se dados de financiadores reiterados e desistentes, com base na eleição de 2010, e financiadores reiterados e novatos, com base na eleição de 2014. Também apresentaram-se os dados correspondentes exclusivamente ao grupo de financiadores reiterados, conjugando informações sobre eles financiaram a eleição de 2010, e em contraste, a eleição de 2014. A partir das diferenças quanto ao financiamento por cargos, partidos, ideologia e candidatos elaborou-se o perfil destes financiadores apresentando-se dados sobre cada destes perfis. Estes dados serão retomados no capítulo cinco que relacionará estes perfis com o resultado eleitoral obtido pelos financiadores.

Nos capítulos que seguem passa-se a tratar diretamente dos problemas de pesquisa e a realização dos testes das hipóteses formuladas para os propósitos desta tese.

## Capítulo 3

### **Explicando a reiteração ou desistência no engajamento financeiro eleitoral a partir dos resultados de 2010**

Nos capítulos que seguem (três, quatro e cinco) serão desenvolvidos cada um dos modelos de análise. Este capítulo tratará da explicação da reiteração a partir do resultado eleitoral como variável independente. O capítulo quatro tratará de investigar se reiterados chegam a melhor resultado eleitoral, invertendo as variáveis e adotando a variável resultado eleitoral como variável dependente. E o capítulo cinco testará se dentre os financiadores reiterados, exclusivamente, há perfis de financiamento que rendem melhores resultados eleitorais, caso em que essa variável também será tratada como variável dependente. Mas, antes de entrar nos modelos, propriamente ditos, cabe apresentar a metodologia segundo a qual o desenho de pesquisa foi construído. Disto tratará a seção que segue.

#### **3.1 Notas metodológicas - descrição dos modelos utilizados nos testes de hipóteses**

A pesquisa foi realizada a partir dos dados do TSE relacionados à prestação de contas nas eleições de 2010 e 2014 para todos os cargos. Adotou-se três modelos de análise, correspondentes a três bases de dados distintas: 1) O primeiro modelo tem como unidade de análise a eleição de 2010 contendo financiadores *desistentes* e aqueles que *reiteraram* na eleição seguinte; 2) O segundo modelo possui como unidade de análise a eleição de 2014, contendo financiadores *novatos* e *reiterados* nesta elei-

ção e; 3) o terceiro modelo contém *exclusivamente financiador e candidatos reiterados*, neste modelo a unidade de análise abrange dados comparativos das eleições de 2010 e 2014.

Observe-se que o financiamento eleitoral, insere-se naquele conjunto de trabalhos (MANCUSO, 2012) que utiliza essa variável como explicativa em todos os modelos. Em particular, como ilustrado acima, espera-se testar se o volume de financiamento, ou a variação no volume de financiamento alocado por um doador pode explicar a) reiteração; b) o resultado eleitoral em função da reiteração; c) o resultado eleitoral em função do perfil do financiador.

Os diferentes modelos podem ser traduzidos como sucessivas etapas de pesquisa as quais se relacionam dialeticamente entre si. Em todos dos modelos os dados das eleições de 2010 e 2014 se conectam no que tange ao controle de empresários reiterados e não reiterados. Já os modelos formulados para testes estatísticos utilizaram apenas dados relativos à eleição para governador, senado, deputado federal, e deputado estadual/distrital e computam apenas doações realizadas aos candidatos, excluindo, portanto, doações dirigidas para presidente, comitês e partidos. Esta opção metodológica deve-se à necessidade de controlar a *variável resultado eleitoral*, o que só é possível quando a doação é dirigida diretamente a candidatos<sup>1</sup>. Inobstante, cabe salientar que parte das doações dirigidas a partidos e comitês, ao final, é dirigida diretamente a candidatos. Passe a descrição pormenorizada de cada um dos três modelos de análise:

**MODELO 1** (Reiterados & Desistentes – 2010): No primeiro modelo confrontou-se reiterados e desistentes (identificando-se como reiterados e desistentes doaram em 2010) por intermédio do método de análise de *regressão logística bivariada*

---

<sup>1</sup> Em 2014, o SPCE do TSE solicitava ao prestador de contas que informasse o doador originário quando os recursos eram objeto de doação do partido ou comitê, de forma que esta informação está disponível para este ano. Contudo, tal informação não está disponível para os anos anteriores. Mesmo que estivesse, quando o financiador doa para o partido/comitê eleitoral e este repassa esta doação ou parte dela para candidatos, temos nesta ação a interferência decisória do partido político. Como o objetivo deste trabalho é identificar o perfil e as estratégias do financiador, optou-se por excluir estas doações da análise, dada esta interferência.

O problema de pesquisa a ser respondido neste particular consiste em buscar explicar: *por que o financiador reiterou ou desistiu de financiar a competição partidária eleitoral?*

Adota-se neste particular a hipótese de trabalho:

*H1: A derrota (não eleito) ou o baixo desempenho (votação) eleitoral do patrocinado desencorajou a manutenção do financiamento. Controlando-se outras variáveis como setor econômico e ideologia sustenta-se a hipótese secundária de que determinada ideologia ou setor econômico também possa ter sido desestimulante para a pertinácia no financiamento eleitoral. Outra hipótese subjacente a este modelo é a de que os valores de financiamento também possam explicar a reiteração ou desistência. Sustentando-se que doações mais expressivas levam a reiteração no financiamento, ao passo que doações menores favoreçam a desistência dado o menor engajamento que representariam.*

A implicação teórica do modelo diz respeito à hipótese da formação de um verdadeiro “mercado eleitoral” de financiamento (SAMUELS, 2001; SPECK, 2010). Se for verdade que os atores que patrocinam as eleições comportam-se como se estivessem em um mercado cujos ativos são os competidores (partidos e candidatos), seria de se esperar que neste mercado tais atores sejam a) reativos ao resultado do jogo b) busquem proteger suas posições de influência junto a partidos e candidatos convertendo seu poder econômico em poder político (PRZEWORSKI, 2011) com a influência que podem exercer sobre seus patrocinados.

Ressalte-se que o modelo 1 tem como objeto de análise comparativa a eleição de 2010. Neste modelo os dados da eleição de 2014 são utilizados unicamente com o propósito de identificar a reiteração.

A validação desta hipótese será procedida por intermédio de análises estatísticas em dois estágios. No primeiro serão apresentados os resultados descritivos dos dados e de testes estatísticos mais simples como cruzamentos (*crosstabulation*) e testes de média (t de *student*) com identificação das correspondentes taxas de correlação. Em um segundo estágio será apresentado os resultados para testes estatísticos mais complexos que poderão validar ou não as hipóteses do trabalho por meio do

*teste de regressão linear e regressão logística bivariada* adotando as variáveis abaixo descritas:

Tabela 8: Variáveis modelo 1 – Regressão Logística Bivariada

Variável	Definições analíticas e operacionais
VARIÁVEL DEPENDENTE: Reiteração	Ocorrência de reiteração do financiamento eleitoral na eleição seguinte ou desistência do financiador (Variável categórica dicotômica – <i>reiterou; desistiu</i> )
Resultado eleitoral  (VARIÁVEL INDEPENDENTE)	Resultado eleitoral obtido pelo financiador na eleição de 2010, ou seja, se aquela doação foi efetuada para um candidato, ou conjunto de candidatos, eleito (s) ou não eleito (s). Do mesmo modo será testada a variável “resultado” no formato numérico controlando-se os votos acumulados pelos candidatos patrocinados por cada financiador <sup>2</sup> . Os votos serão ainda categorizados em quartis, de acordo com a distribuição observada, e com um corte no último decil (10%) apurando a diferença entre os financiadores que acumularam mais votos <sup>3</sup> .
Valor do financiamento  (VARIÁVEL INDEPENDENTE)	Valor do somatório das doações efetuadas pelo financiador (CNPJ) em 2010. O valor do financiamento foi categorizado em quartis, de acordo com a distribuição observada, e com um corte no último decil (10%) apurando a diferença entre os financiadores que despenderam mais recursos.
CNAE  (VARIÁVEL INDEPENDENTE)	Setor econômico do financiador com base no CNAE - Classificação Nacional de atividades econômicas, publicada pelo IBGE. Variável categórica reduzida às categorias: <i>Indústria; Comércio; Construção; Financeiro; Informação e comunicação; Outros</i> .
Ideologia  (VARIÁVEL INDEPENDENTE)	Ideologia do partido político para o qual foi dirigida a doação em 2010. A ideologia foi classificada de acordo com ZUCCO (2012) e GARCIA (2016). Variável categorizada de modo simples de acordo com as estruturas de oportunidades dadas aos financiadores: <i>Direita; Esquerda; Centro; Direita e esquerda; Esquerda e centro; Direita e centro; Direito esquerdo centro</i> .
N. de candidaturas (VAR INDEPENDENTE)	Número total de candidatos financiados por CNPJ em 2010.

Constituem-se objetivos específicos desta abordagem: a) identificar o percentual de financiadores desistentes e de financiadores que reiteraram no ciclo seguinte; b) identificar se há variação nos percentuais de desistência/reiteração de acordo com as variáveis independentes mobilizadas (valor, resultado, ideologia e setor econômico); c) observar se a

<sup>2</sup>Não temos registro de que esta metodologia de cômputo dos votos tenha sido utilizada até aqui. Mas o procedimento é bastante simples e consiste no controle de votos obtidos por todos os candidatos financiados por cada uma das empresas. Assim, embora o voto não seja dirigido para a empresa, cuja participação no financiamento é ignorado pelo eleitor no momento do voto, pode-se medir as taxas de sucesso eleitoral do financiador pela soma de votos conquistados por seus patrocinados.

<sup>3</sup> Os gastos, assim como os votos, embora sejam variáveis contínuas naturalmente foram categorizados em quartis neste teste permitindo comparar os efeitos tanto dos votos quanto dos recursos gastos por faixas na regressão logística bivariada cuja saída é dicotômica.



reiteração pode ser explicada: i) pelo resultado eleitoral obtido, ii) pelos valores financeiros aplicados nas campanhas de partidos e candidatos, iii) pelo setor econômico da empresa, iv) pelo cargo para o qual foi dirigido o financiamento, e, v) pela ideologia do partido/candidato.

**MODELO 2** (Reiterados & Novatos - 2014) – Neste modelo confrontou-se reiterados e novatos (identificando-se como reiterados e novatos doaram em 2014) por intermédio do método de análise de *regressão linear multivariada*.

Este modelo tem como problema de pesquisa saber se *a reiteração no financiamento entre diferentes ciclos eleitorais tem impacto positivo no sucesso eleitoral do financiador*. Espera-se identificar, em outras palavras, se no geral financiadores reiterados logram eleger mais candidatos do que financiadores não reiterados. Esta abordagem inova na literatura, pelo que temos registro, ao inserir a variável reiteração, mas também porque considera o nível de sucesso dos financiadores em diferentes contextos, agregando em torno da empresa financiadora, por CNPJ, o conjunto de dados relativos ao financiamento efetuado. Portanto, a unidade de análise deixa de ser o candidato, ou o partido, e passa a ser a empresa.

Evidente que se adota como premissa o interesse do financiador em o candidato para o qual doe seus recursos logre êxito eleitoral. Deste ponto de partida adota-se a hipótese de que candidatos reiterados, por serem veteranos no mercado do financiamento eleitoral, acumulam maior experiência neste processo e, portanto, são possuidores de maiores taxas de sucesso com seus candidatos patrocinados do que financiadores não reiterados ou menos experientes no mercado de financiamento eleitoral, portanto a hipótese é de que:

*H2: Reiterados acumulam expertise e seus patrocinados possuem maior êxito eleitoral do que novatos em matéria de financiamento eleitoral. Como hipóteses secundárias entram a importância que ideologia, setor econômico e que os valores doados representam no resultado eleitoral.*

A validação desta hipótese será procedida por intermédio de análises estatísticas em dois estágios. No primeiro serão apresentados os resultados descritivos dos dados e de testes estatísticos mais simples como cruzamentos (*crosstabulation*) e teste de média (t de *student*) com identificação das correspondentes taxas de correlação. Em um segundo estágio será apresentado os resultados para testes estatísticos mais complexos que poderão validar ou não as hipóteses do trabalho por meio do teste de Regressão linear multivariada, na qual a variável dependente será o *resultado eleitoral* testado em diferentes modelos (percentual de eleitos, número de eleitos total, e número de eleitos controlando-se por cargo) e as variáveis independentes serão: a) reiteração (*dummy* o novato 1 reiterado b) CNAE (variáveis *dummy*); c) ideologia (variáveis *dummy*) d) valor doações (variável contínua). Neste teste a unidade de observação será a empresa (CNPJ).

Tabela 9: Variáveis modelo 2 - Regressão Linear Multivariada

Variável	Definição analítica e operacional
Resultado eleitoral (VAR. DEPENDENTE)	Resultado eleitoral acumulado pelo financiador (número de eleitos, percentual de eleitos e eleitos por cargo) em 2014.
Reiteração (VARIÁVEL INDEPENDENTE)	Ocorrência de reiteração do financiamento eleitoral na eleição seguinte ou desistência do financiador (Variável categórica dicotômica - <i>reiterou; novato</i> )
Valor do financiamento (VARIÁVEL INDEPENDENTE)	Valor do somatório de doações efetuadas por CNPJ em 2014. (Variável continua)
CNAE (VARIÁVEL INDEPENDENTE)	Setor econômico do financiador com base no CNAE - Classificação Nacional de atividades econômicas, publicada pelo IBGE. Variável categórica reduzida às categorias: <i>Indústria; Comércio; Construção; Financeiro; Informação e comunicação; Outros.</i>
Ideologia (VARIÁVEL INDEPENDENTE)	Ideologia do partido político para o qual foi dirigida a doação em 2014.
N. de candidaturas (VAR INDEPENDENTE)	Número total de candidatos financiados por CNPJ em 2014.

Este ponto terá por objetivo geral identificar se a variável reiteração pode ser importante para entendimento das estratégias e dos motivos que mobilizam o financiador a se engajar no processo eleitoral mobilizando seus recursos financeiros. Além de responder ao problema de pesquisa testando a hipótese de que a reiteração importa nas taxas de sucesso do financiamento como modalidade de investimento financeiro

eleitoral. Como objetivos específicos também se espera: a) explorar as diferenças havidas entre doadores reiterados e não reiterados; b) os escores de reiteração por cargo, partido, ideologia e pelo montante de financiamento em dinheiro; c) as diferenças existentes entre financiadores reiterados e não reiterados controlando-se por cargo, partido, ideologia, valor do financiamento, por UF e pela magnitude do distrito eleitoral.

Ao final este modelo vai identificar as possíveis diferenças existentes entre financiadores reiterados e não reiterados em todos os aspectos. A principal hipótese é que financiadores reiterados teriam uma maior expertise traduzida em um maior escore de patrocinados eleitos ou com melhor resultado numérico em votos.

Para proceder-se à análise primeiramente apresentar-se-á cada uma das variáveis cuja influência pretende-se analisar, fazendo uma apresentação das estatísticas descritivas cruzando cada variável individualmente com a reiteração eleitoral. Os resultados destas análises serão vistos como indícios da existência ou não de alguma influência da variável em questão sobre a reiteração e/ou da reiteração no financiamento eleitoral sobre outras variáveis, visto que a reiteração será utilizada como variável dependente ou independente, a depender de cada um dos três modelos descritos acima. Mas, só ao final, quando forem apresentados os resultados para os testes estatísticos por intermédio da regressão logística e regressão linear multivariada é que será possível verificar como se comportam as variáveis em conjunto permitindo afirmar ou refutar as hipóteses principais e secundárias

**MODELO 3:** (Somente Reiterados 2010 e 2014): Neste modelo identificou-se perfil dos reiterados (identificando-se como financiadores reiterados doaram em 2010 e 2014). Método análise: *regressão linear multivariada*.

Neste terceiro passo o objetivo será *observar apenas os doadores reiterados*. Para tanto, entram na análise somente as empresas que te-

nham financiado e candidatos que tenham disputado algum cargo nos dois pleitos eleitorais (2010 e 2014).

Busca-se explicar neste modelo o perfil do financiador obtido por meio da comparação da doação eleitoral em dois ciclos eleitorais distintos. A partir do referencial teórico de McMenamin e Speck que afirmam existência de diferentes perfis de financiadores, problematiza-se se seria possível identificar tais perfis dentre os financiadores brasileiros a partir da observação das estratégias dos financiadores no tempo (reiterados) e se, além disso, seria possível afirmar que determinados perfis de financiadores seriam mais bem-sucedidos do que outros em relação ao resultado eleitoral na busca por influência política.

Adota-se como hipótese de pesquisa a seguinte assertiva:

*H3: É possível identificar financiadores vinculados e estratégicos no que diz respeito ao engajamento eleitoral sustentando-se a hipótese de que perfis estratégicos teriam maior êxito eleitoral. Elegendo mais, com menos recursos.*

Financiadores desvinculados teriam maior sucesso, já que o financiador vinculado ou ideológico permaneceria vinculado ao seu patrocinado entre dois ciclos eleitorais independentemente dos resultados.

Neste modelo caberá explorar amiúde o perfil do doador reiterado. Objetiva-se seguir e mapear a doação dos financiadores entre os dois ciclos (2010 e 2014) buscando saber: a) se a doação foi dirigida para o mesmo partido, ideologia, cargo e candidato, ou se, para partidos, ideologias, cargos e candidatos diferentes nas duas eleições; b) o perfil doador a partir da interação dos elementos identificados na etapa anterior possibilitando classificar ao menos três padrões de financiadores, a saber: vinculado, desvinculado, e um modelo Estratégico entre ambos, a um só tempo vinculado, mas também desvinculado; c) a partir da classificação elaborada na etapa anterior (fiéis e desvinculados) apurar as diferenças existentes entre eles no que tange as variáveis (valor, cargo, ideologia).

O modelo será testado por meio do teste de regressão linear multivariado:

Tabela 10: Variáveis modelo 3 – Regressão Linear Multivariada

Variável	Definição analítica e operacional
Resultado eleitoral (VAR. DEPENDENTE)	Resultado eleitoral acumulado pelo financiador em 2014 (número de eleitos, percentual de eleitos e eleitos por cargo)
Perfil Financiador  (VAR INDEPENDENTE)	O perfil do financiador obtido a partir da comparação das doações nos dois ciclos eleitorais identificando se se trata, em diferentes modelos, de um doador vinculado (fiel), desvinculado; ou Estratégico (Vinculado e desvinculado). Essa taxonomia levou em consideração o destino da doação segundo o partido, ideologia, e cargo nos dois ciclos eleitorais (2010 e 2014)
Valor Financiamento (VAR INDEPENDENTE)	Valor do somatório de doações efetuadas por CNPJ em 2014 <sup>4</sup> . (Variável contínua)
CNAE  (VAR INDEPENDENTE)	Setor econômico do financiador com base no CNAE - Classificação Nacional de atividades econômicas, publicada pelo IBGE. Variável categórica reduzida às categorias: Indústria; Comércio; Construção; Financeiro; Informação e comunicação; Outros.
Ideologia (VAR INDEPENDENTE)	Ideologia do partido político para o qual foi dirigida a doação. (2014)
N. de candidaturas (VAR INDEPENDENTE)	Número total de candidatos financiados por CNPJ 2014.

Em todos os modelos nas análises descritivas, para mensuração da correlação entre variáveis contínuas (ou escalares) os coeficientes adotados serão os de *Pearson* e *Spearman*. Entre variáveis ordinais o coeficiente *Gamma* será empregado. Entre variáveis ordinais e nominais, ou somente nominais os coeficientes utilizados são o *coeficiente de contingência* ou o *V* de Cramer (BARBETA, 2001).

Para mensurar a magnitude das correlações encontradas, adotou-se Davis (1976) para quem a correlação compreendida entre o  $a$  e o  $b$ , 0,09 é considerada associação desprezível; de 0,10 a 0,29 associação baixa; de 0,30 a 0,49 associação moderada; de 0,50 a 0,69 associação substancial e de 0,70 ou mais: associação forte.

De acordo com Davis, ainda o grau (ou probabilidade) de significância deverá ser sempre inferior a 0,05 para oferecer segurança estatística que possibilite fazer afirmações para a população a partir dos resultados da amostra.

<sup>4</sup> Objetivo é calcular o impacto do perfil do financiador na eleição de 2014, assim, por coerência lógica do modelo, o dado sobre o financiamento só pode referir-se ao volume doado em 2014.

Portanto, cada um dos modelos acima cumpre a tarefa de testar a cada uma das três hipóteses centrais formuladas nesta tese de doutorado:

H1: *O desempenho eleitoral do patrocinado implica na manutenção ou na desistência do engajamento financeiro entre diferentes ciclos eleitorais*

H2: *Financiadores reiterados acumulam expertise e seus patrocinados possuem maior êxito eleitoral do que novatos em matéria de financiamento eleitoral*

H3: *É possível identificar financiadores vinculados e estratégicos no que diz respeito ao engajamento eleitoral sustentando-se a hipótese de que perfis estratégicos teriam maior êxito eleitoral. Possuindo um melhor desempenho eleitoral com menos recursos.*

As hipóteses se entrelaçam e embora sejam testadas especificamente em cada um dos modelos, achados dos outros modelos podem ajudar a compreender melhor o fenômeno da reiteração. Importa salientar, igualmente, que esta tese trabalha com uma hipótese mestre, qual seja:

*Hipótese central: a ideia da reiteração como importante variável preditora do financiamento e do desempenho eleitoral é a principal hipótese subjacente a cada um dos modelos em análise nesta tese de doutorado.*

Desta forma, a presente tese se insere dentre aqueles trabalhos que exploram eventuais condicionantes para esse impacto do dinheiro sobre o voto. A questão é se o dinheiro importa mais para uns candidatos e menos para outros. De acordo com Speck foram os trabalhos de Jacobson (1978; 1990 apud SPECK, 2016, p. 40) que abriram essa frente, argumentando que o dinheiro importa para os desafiantes, mas não para os mandatários que disputam a reeleição.

Resumidamente, uma forma mais simplificada de representar os modelos é a seguinte:

*Mod1 – O que explica a reiteração?*

VD = Reiteração (2014)

VI= Resultado, R\$, partido, ideologia, econômico, n. cargos (2010)

*Mod2 - A Reiteração significa melhor desempenho eleitoral?*

VD = Resultado (2014)

VI= Reiteração, R\$, partido, ideologia, CNAE, n. cargos (2014)

*Mod3 - Comparativo doações 2010 e 2014 - Qual o perfil financiadores; e, qual perfil obteve melhor desempenho eleitoral?*

VD = Resultado (2014)

VI= Perfil (resultado comparação 2010 x 2014), R\$ (2014), partido (2014), ideologia (2014), CNAE, n. cargos (2014).

O quadro a seguir sumariza o desenho de pesquisa e as informações para cada um dos modelos analíticos que foram utilizados nesta tese:

Tabela 11: Modelos analíticos adotados na Tese

Modelo	VD	VI	Método	Base	Pergunta	Hipótese
1	REITERAÇÃO	Resultado Eleitoral Financiamento CNAE Ideologia N candidatos	Descritivo + Regressão Logística Bivariada  Regressão Linear Multivariada	Eleição 2010 excluindo doações a Comitês e Partidos na regressão	A reiteração tem como causa o resultado eleitoral e o volume de financiamento?	Financiadores mal sucedidos desistem  Financiadores pesados reiteram
2	RESULTADO ELEITORAL	Reiteração Financiamento CNAE Ideologia N candidatos	Descritivo + Regressão Linear Multivariada	Eleição 2014 excluindo doações a Comitês e Partidos na regressão	O resultado eleitoral obtido por financiadores varia com a reiteração?	Financiadores reiterados obtêm melhores resultados em comparação a iniciantes elegendo mais com menos recursos
3	RESULTADO ELEITORAL	Perfil financiador reiterado Financiamento CNAE Ideologia N candidatos	Descritivo + Regressão Linear Multivariada	Eleição 2010 x 2014 somente Financiadores e candidatos reiterados excluindo doações a Comitês e Partidos na regressão	O resultado eleitoral obtido por financiadores varia de acordo com os diferentes perfis de engajamento?	Financiadores estratégicos alcançam melhores resultados eleitorais elegendo mais com menos recursos

A reiteração não pode ocupar o lugar de variável dependente no modelo 2 e 3 em razão da questão temporal, não há como explicar o fato

de ser reincidente com resultado, como foi feito no modelo 1, visto que o resultado é posterior a uma reiteração no financiamento já dada. Agora o que pode ser testado é se o resultado pode ser explicado – predito – pela reiteração, como efetivamente verificou-se no modelo 2.

### **3.2 Dados descritivos: o que explica a reiteração do engajamento financeiro eleitoral?**

Já discutimos que a hipótese adotada neste trabalho é de que o financiador encara seus recursos econômicos como moeda de influência política. Dito de outra forma, o financiador busca através do financiamento eleitoral converter o poder econômico que sustenta na sociedade em poder político. (PRZEWORSKI, 2011).

Visto que é possível identificar não somente um volume considerável de empresas que optam pelo financiamento reiterado do processo eleitoral, mas que este financiamento reiterado pode ser explicativo das diferentes taxas de sucesso eleitoral do investimento financeiro realizado, cabe saber o que levou a que um contingente importante de empresas (cerca de 84% do número total de empresas) não voltou a patrocinar partidos e/ou candidatos no ciclo eleitoral seguinte.

Neste capítulo serão apresentados os resultados de modelo de análise desenvolvido para buscar responder a esta questão, ou seja, o problema de pesquisa a ser respondido neste particular consiste em buscar explicar: *por que o financiador reiterou ou desistiu de financiar a competição partidária eleitoral?*

Adota-se neste particular a hipótese de trabalho de que a derrota (não eleição de candidatos) ou o baixo desempenho (votação) eleitoral do patrocinado desencorajou a manutenção do financiamento. Controlando-se outras variáveis, sustenta-se a hipótese secundária de que os valores de financiamento também possam explicar a reiteração ou desistência, supondo-se que doações mais expressivas levam a reiteração no financiamento, ao passo que doações menores favoreçam a desistência dado o



menor engajamento que representariam. Da mesma forma supomos que a variável ideologia e setor econômico também possam afetar a motivação para o engajamento financeiro eleitoral. Outra hipótese subjacente a este modelo é a de que a cobertura, ou seja, o número de candidatos financiados também afete a reiteração, embora neste caso seja muito mais uma variável de controle.

Abaixo se apresentam dados preliminares de cruzamentos realizados entre as variáveis mobilizadas para o teste estatístico pretendido neste capítulo. Estes dados auxiliam na interpretação final dos resultados apresentada mais adiante.

Inicialmente cabe lembrar que a taxa de desistência observada, em 2010, para o ciclo eleitoral seguinte (2014) alcançou o percentual de 83,2%. Destaca-se que este percentual se refere ao número total de empresas (n) que se engajaram financeiramente, em 2010, e que não voltaram a financiar candidatos ou partidos, na eleição de 2014. Entretanto, se considerado o volume de recursos (R\$) aportado pelo conjunto das empresas o total de desistência cai para 36,3%. Contudo, este percentual refere-se ao impacto financeiro da desistência e não a desistência em si. Por esta razão, a percentual base que se deve utilizar é o de que, efetivamente, cerca de 84% dos financiadores eleitorais do pleito de 2010 não voltaram a financiar partidos e/ou candidatos nas eleições de 2014.

Para compreender melhor o fenômeno tratou-se de identificar os escores de desistência ou reiteração controlando-se as variáveis mobilizadas neste trabalho. Abaixo se apresentam cruzamentos de cunho descritivo e exploratório relativo à desistência de acordo com os *valores doados, cargos, ideologia, setor econômico e resultado eleitoral*. Importante registrar que o que se espera demonstrar são os motivos que levaram a reiteração ou desistência no engajamento eleitoral, motivo porque a base de observação, para todos os dados deste capítulo será a eleição de 2010, ou seja, quais elementos presentes em 2010 levaram a que a empresa voltasse ou não financiar na eleição de 2014.

### 3.2.1 Reiteração segundo valor financiamento

Uma das hipóteses sustentadas neste trabalho é a de que a desistência ou a reiteração no financiamento eleitoral decorre do volume de recursos comprometido no processo de engajamento eleitoral, ou seja, quanto maior o volume de capital mobilizado para financiar partidos e candidatos maior o comprometimento do financiador e daí as chances da contumácia no financiamento eleitoral. Inversamente, quanto menor o volume de recursos mobilizados menor o comprometimento e, portanto, maiores as chances de que o financiador abandone a estratégia, desistindo do financiamento eleitoral no ciclo seguinte. A confirmação desta hipótese será demonstrada mais a frente em teste mais sofisticado (regressão logística bivariada), porém dados preliminares demonstram não se tratar de hipótese nula.

O quadro abaixo ilustra a distribuição natural do financiamento eleitoral em quartis e decis com os correspondentes pontos de corte utilizados para a categorização dos valores contínuos de financiamento em variáveis categóricas.

Desta forma, o 1º quartil diz respeito a doações totais de até R\$ 1,5 mil. O 2º quartil abrange doações de R\$ 1,5 mil até R\$ 5 mil. O 3º quartil abrange doadores na faixa de R\$ 5 mil até R\$ 21,5 mil. O último quartil foi dividido em duas faixas adicionais, computando 75% até 90% dos financiadores que doaram de R\$ 21,5 mil até R\$ 90 mil, e os financiadores na faixa final de recursos correspondente a 10% da amostra, que doaram valores totais acima de R\$ 90 mil.

Tabela 12: Distribuição do financiamento eleitoral (R\$) por quartis - 2010

Percentual de CNPJ's	Valor Total (R\$)
10	0 a 500,00
20	500,01 a 1000,00
25	1000,01 a 1500,00
30	1500,01 a 2000,00
40	2000,01 a 3300,00
50	3300,01 a 5000,00
60	5000,01 a 10000,00
70	10000,01 a 16000,00
75	16000,01 a 21500,00

80	21500,01 a 30000,00
90	30000,01 a 90000,00

Fonte: Autor com base em dados do TSE

Controlando-se o percentual de desistentes segundo o valor doado por quartis infere-se que, efetivamente, os financiadores desistentes concentraram-se nas faixas iniciais de financiamento, investindo valores até o limite do terceiro quartil em 80% dos casos, ou seja, em valores totais que não excederam o valor de R\$ 21,5 mil. Por sua vez, doadores que reiteraram o engajamento financeiro eleitoral doaram em quase 50% dos casos valores acima dessa faixa, sendo que 25,9% doaram acima da última faixa, correspondente a R\$ 90 mil, percentual bem superior ao dos desistentes que doaram nesta faixa em apenas 6,8% dos casos.

Tabela 13: Reiteração ou desistência segundo valor do financiamento por quartis- 2010

	Valor do financiamento por quartis					Total
	1º Quartil	2º Quartil	3º quartil	4º quartil	Último decil	
Desistente	5115 29,6%	4440 25,7%	4228 24,5%	2321 13,4%	1178 6,8%	17282 100,0%
Reiterou	359 10,5%	568 16,6%	826 24,1%	790 23,0%	888 25,9%	3431 100,0%
Total	5474 26,4%	5008 24,2%	5054 24,4%	3111 15,0%	2066 10,0%	20713 100,0%

Fonte: Autor com base em dados do TSE

A associação entre as variáveis é moderada (*Cramer's V*, 0,288) e significativa estatisticamente. Estes dados indicam que não se pode descartar a hipótese de que o montante de recursos impacte a reiteração no engajamento financeiro eleitoral.

### 3.2.2 Reiteração segundo cargo

Importa saber se a reiteração ou desistência no financiamento eleitoral, por ser explicada pelo cargo para o qual o doador dirigiu seus recursos. Neste aspecto, como já visto no capítulo anterior, muito plurais são as estratégias adotadas pelos financiadores. Há financiadores que doam para um único cargo permitindo mensurar tal efeito em relação ao

cargo de maneira mais direta. Contudo, há empresas que fizeram uma pluralidade de doações, financiando todos os cargos em disputa

No que diz respeito à desistência ou reiteração no engajamento financeiro, tem-se uma importante variação nos escores quando controlados o número de cargos para os quais o financiador dirigiu seus recursos. Observa-se, assim, que quanto maior o número de cargos financiados maiores as chances de que o doador reitere no engajamento político eleitoral financeiro. A tabela abaixo ilustra isso. O percentual de desistência diminui na proporção em que aumenta o número de cargos financiados. Note-se que naquele perfil concentrou-se a maior soma percentual de recursos, ou seja, empresas que doaram concomitantemente para deputado estadual; deputado federal; governador; senador tem um dos menores percentuais de desistência.

Tabela 14: Reiteração/desistência segundo o n. de cargos financiado - 2010

N.Cargos	Reiteração		Total
	Desistente	Reiterou	
1	87,5%	12,5%	100,0%
2	67,6%	32,4%	100,0%
3	50,0%	50,0%	100,0%
4	39,5%	60,5%	100,0%
5	33,3%	66,7%	100,0%
Total	83,4%	16,6%	100,0%

Fonte: Autor com base em dados do TSE

O cruzamento apresentou significância estatística (*sig. 0.000*) tomando-se simplesmente o número de cargos financiados a associação com os diferentes escores de reiteração é substancial (*0,605 - Gamma*) e estatisticamente significativa.

Não é frutífero realizar o cruzamento entre as várias combinações de cargos financiados com reiteração, porém o cruzamento realizado pela natureza do cargo financiado, se legislativo, executivo ou ambos, revela pouca diferença nos escores de reiteração dada a natureza do cargo. Porém, a diferença é grande entre aqueles financiadores que doaram apenas para o legislativo ou executivo, com relação a financiadores que doaram para cargos do legislativo e executivo.

Tabela 15: Reiteração/desistência segundo a natureza do cargo - 2010

Cargo	Reiteração		Total
	Desistiu	Reiterou	
Executivo	83,7%	16,3%	100,0%
Legislativo	85,2%	14,8%	100,0%
Executivo-legislativo	51,8%	48,2%	100,0%
Total	83,4%	16,6%	100,0%

Fonte: Autor com base em dados do TSE

O cruzamento é estatisticamente significativo e moderado (Coef. Gamma: ,423). Mas a diferença de reiteração entre financiadores de cargos do executivo e legislativo é de apenas dois pontos percentuais para os cargos executivos. Desta forma, esse dado reforça o peso do número de cargos/candidatos financiados sobre a reiteração, ao mesmo tempo em que descarta que o cargo, isoladamente, seja importante para determinar a reiteração ou desistência do engajamento financeiro eleitoral.

### 3.2.3 Reiteração segundo setor econômico - CNAE

Cabe saber se o setor econômico da empresa é importante para definir a pertinência no financiamento eleitoral. Esta hipótese é verossímil, visto que a variação econômica de determinado setor pode afetar a saúde financeira do empresário, o que certamente afetaria sua decisão em financiar ou não o processo eleitoral. Por outro lado, determinados setores podem guardar posições mais sensíveis às políticas públicas de um determinado governo possuindo maiores interesses em lutar por maior influência política no mercado. A tabela abaixo traz alguns resultados preliminares de caráter exploratório.

Observando a reiteração por setor econômico (CNAE) agrupados nas categorias abaixo se tem que os setores com maiores escores percentuais são os setores de Construção e Indústria conforme tabela abaixo, ou seja, estes foram os setores mais estimulados a manter o engajamento financeiro eleitoral.

Tabela 16: Reiteração/Desistência segundo Setor Econômico – CNAE - 2010

Setor CNAE	Reiteração		Total
	Desistente	Reiterou	
Indústria	75,4%	24,6%	4008
Comércio	85,5%	14,5%	5609
Construção	74,8%	25,2%	2470
Financeiro	80,4%	19,6%	509
Informação & Comunicação	87,2%	12,8%	1233
Outros	89,1%	10,9%	6884
Total	17624	3550	20713

Fonte: Autor com base em dados do TSE

O cruzamento entre as variáveis setor econômico e reiteração mostrou-se significativo estatisticamente (*sig* 0,000) mas a taxa de correlação, embora baixa, é presente (*Cramer's V* 0,158) recomendado não se descartar a hipótese de que a reiteração varie conforme o setor econômico.

### 3.2.4 Reiteração segundo partido e ideologia

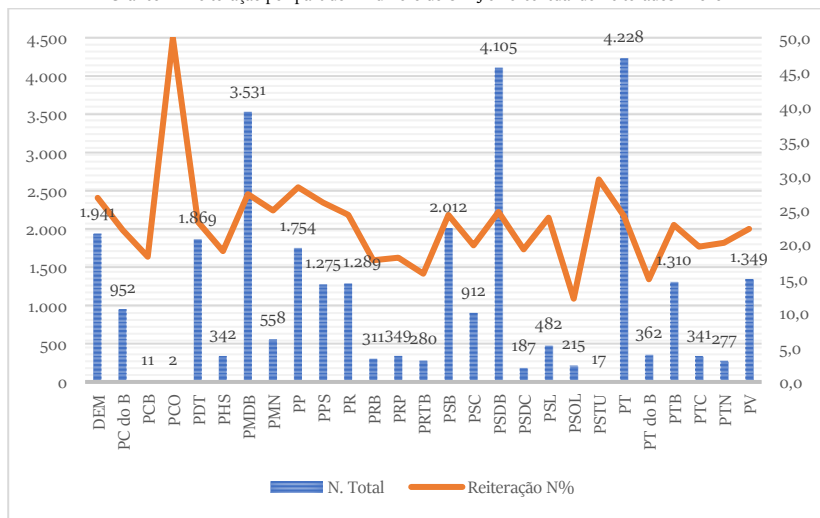
É razoável supor que se os financiadores são levados por motivações ideológicas, então diferentes escores de reiteração sejam observados em função da variável ideologia. Cabe saber, assim, se a desistência ou reiteração no financiamento eleitoral varia conforme a ideologia do partido ou candidato. Há muitas razões para tal suposição. Recentemente o sistema partidário brasileiro passou por inúmeras alterações com criação de novos partidos, migração de parlamentares e até mesmo com o indiciamento de determinados atores em operações policiais e por atuação dos sistemas de controle. Além disso, em termos de comportamento eleitoral tem-se alguma flutuação em termos de avaliação dos partidos/ideologias por parte do eleitor, tal como os recentes e crescentes índices de reprovação do PT. Tais variáveis podem afetar a decisão do financiador de manter seu engajamento ou abandoná-lo.

Um primeiro passo para controlar a ideologia é observar a reiteração por partido. Para isso, filtrei as doações por partido controlando o número de doadores reiterados, bem como o volume de recursos doados

por estes financiadores. O objetivo de controlar essa variável é identificar se os financiadores reiterados doam com maior frequência para determinadas legendas partidárias em detrimento de outras ou se o fator partido político é irrelevante havendo distribuições homogêneas. O gráfico abaixo ilustra os escores de financiadores que reiteraram de acordo com o partido para o qual doaram na eleição de 2010.

Neste caso, os dados em linha representam o percentual de financiadores reiterados por partido, ou seja, ilustram aqueles financiadores que voltaram a financiar para qualquer partido, em 2014. Por exemplo, extrai-se do gráfico que o PSDB recebeu doações de 4105 CNPJ's distintos na eleição de 2010, dos quais 25% reiteraram na eleição de 2014<sup>5</sup>. O menor percentual de reiteração está no PSOL, apenas 12% das empresas que doaram para este partido voltaram a doar (para qualquer partido), em 2014. Os dados em barra indicam o número total de empresas que doou para cada partido.

Gráfico 11: Reiteração por partido – Número de CNPJ e Percentual de Reiterados - 2010

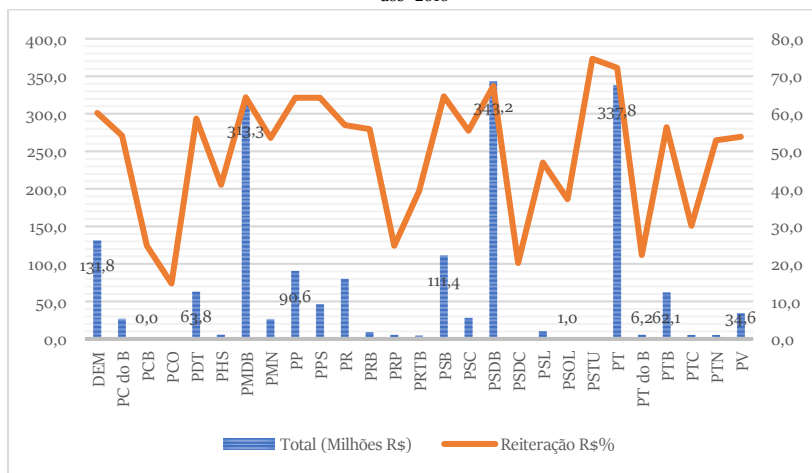


Fonte: Autor com base em dados do TSE

<sup>5</sup>Não necessariamente para o mesmo partido. O dado controla apenas se o doador é reiterado, ou não. O que significa que não se controla quantos CNPJ's destes 25% podem ter doado para outras legendas na eleição seguinte. Este tipo de controle será objeto do capítulo cinco quando trataremos apenas doadores reiterados.

O gráfico abaixo ilustra a distribuição de reiteração segundo a receita total doada (R\$) por financiadores reiterados por partido. Vale notar que o PSDB, PT e PMDB figuram com valores recebidos bastante homogêneos, na casa dos R\$ 300 milhões de reais, todos eles com escores de recursos oriundos de financiadores que vieram a reiterar, em 2014, na casa dos 70%.

Gráfico 12: Reiteração por partido – Valores totais recebidos e percentual correspondente a financiadores reiterados- 2010



Fonte: Autor com base em dados do TSE

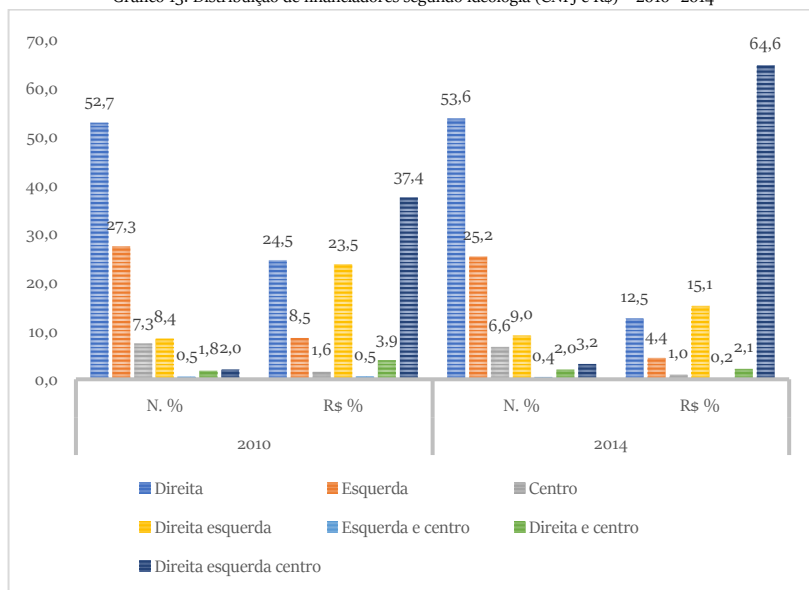
A partir destes dados de cunho mais exploratório observou-se que os escores de reiteração variam, portanto, em função do partido político para o qual as doações foram destinadas, registrando-se importantes diferenças em termos de recursos recebidos e percentual de recursos provenientes de financiadores reiterados. Cabe saber se estas diferenças se refletem nas ideologias partidárias.

Em primeiro lugar cabe observar a distribuição natural de financiadores por ideologia. A distribuição de empresas por CNPJ e recursos (R\$) segundo a ideologia é ilustrada no gráfico 13 abaixo. Notável que o número de financiadores que efetuou doações concomitantes para *direita, esquerda e centro* é diminuto nos dois ciclos eleitorais (2% em 2010 e 3,2% em 2014). Porém, esta pequena fração no número de empresas responde por 37,4% dos recursos financeiros, na eleição de 2010, e por 64,6%, em 2014.



Note-se, além disso, que o número percentual de empresas é bastante parecido nos dois ciclos. Por exemplo, 52,7% das empresas financiou partidos de direita em 2010, número que se manteve na eleição de 2014 com 53,6% de empresas financiando essa ideologia. Porém, em volume de recursos, a distribuição percentual mudou bastante entre os ciclos: se a direita amealhou 24% dos recursos, em 2010, em 2014 essa cifra caiu pela metade. Mesmo fenômeno se deu com a esquerda, que caiu de 8,5% dos recursos em 2010 para 4,4% em 2014, o que não significa, entretanto, que essas ideologias receberam menos recursos na eleição de 2014, mas que deixaram de receber recursos exclusivos, visto o aumento do número de financiadores e do volume de recursos que eles doaram para todas as ideologias concomitantemente. Em números absolutos, 421 financiadores doaram para as três ideologias, em 2010, respondendo por 37,4% de todo o recurso doado (R\$ 454 milhões). Já em 2014, esses doadores somaram 534 casos, respondendo por R\$ 1,9 bilhões (64,6% de todo o recurso daquela eleição).

Gráfico 13: Distribuição de financiadores segundo ideologia (CNPJ e R\$) - 2010- 2014



Fonte: Autor com base em dados do TSE

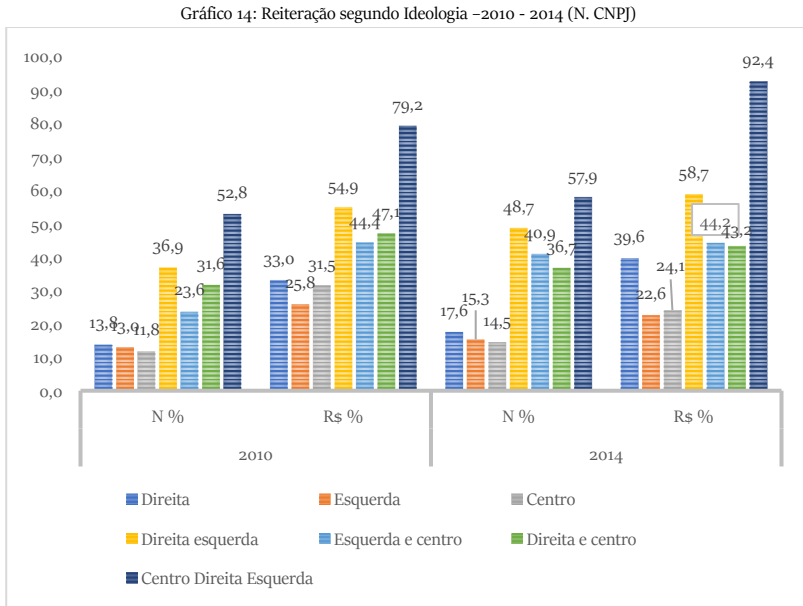
Em resumo, cabe ressaltar que em primeiro lugar, no que toca à distribuição de financiadores (n) por ideologia em 2010, a direita atraiu 52,7% dos financiadores, ao passo que 27,3% dirigiram suas doações para a esquerda. Pode-se dizer, portanto, que quando o financiador efetuou doações exclusivas para um campo ideológico a direita foi o destino de dobro dos CNPJs em relação aqueles que doaram para a esquerda. Quando tomados os valores doados (R\$) pelos financiadores, a diferença percentual se acentuou e a direita (24%) recebeu três vezes mais recursos do que a esquerda (8,5%).

Vista a distribuição natural de financiadores por ideologia, cabe saber se os escores variam observada a reiteração. Abaixo apresentam-se dados a este respeito. Controlando-se a reiteração de acordo com a ideologia para a qual a empresa destinou o seu financiamento (gráfico 14) observou-se que, dentre os financiadores que optaram por financiar apenas uma ideologia, a reiteração é mais presente dentre aqueles que optaram por patrocinar candidaturas de direita, em número de financiadores (com distribuições mais homogêneas neste quesito) e em volume de recursos. Em 2010, o volume financeiro (R\$) correspondente a 33% do que foi doado para a direita foi proveniente de financiadores reiterados, comparados a 23,6% quando tomados os financiadores que doaram apenas para a esquerda.

Em 2014 essa diferença aumenta, pois 39,6% do financiamento dirigido para a direita provinha de financiadores reiterados, contra 22,6% com relação ao financiamento da esquerda, conforme se infere no gráfico abaixo.

Quando observados financiadores que doaram para mais de uma ideologia, tem-se que naqueles casos em que todas as ideologias foram financiadas e os recursos de doadores reiterados corresponderam a quase 80% do volume doado, em 2010, e 92,4%, em 2014. Ou seja, nota-se uma pequena variação na reiteração por ideologia no espectro esquerda versus direita. Porém, escores muito grande de financiadores reiterados

dentre aqueles que optaram pela estratégia de doar para todas as ideologias.



Fonte: Autor com base em dados do TSE

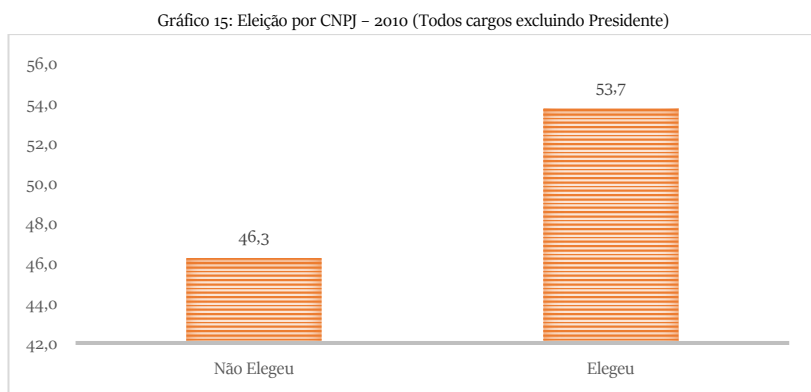
Percebe-se, portanto, uma discreta variação da reiteração em razão da ideologia. Trata-se de muito mais, na verdade, de uma importante variação no que tange ao número de ideologias financiadas. Infere-se, além disso, uma grande concentração de financiadores capazes de doar para todas as ideologias, os quais reiteram mais do que aqueles que financiam apenas um ou dois campos ideológicos. Tem-se, portanto, que a tanto a esquerda quanto a direita receberam recursos importantes relativizando-se um pouco qualquer conclusão sobre a preponderância ideológica dos financiadores mesmo quando controlada a reiteração.

### 3.2.5 Reiteração segundo resultado eleitoral

Uma das questões a que se objetiva responder neste trabalho é se a reiteração no engajamento financeiro eleitoral decorre do resultado elei-

toral obtido. Sustentamos a hipótese de que o resultado eleitoral possa frustrar as expectativas do financiador em determinados casos levando a desistência do financiamento eleitoral, e inversamente, resultados positivos podem levar a reiteração.

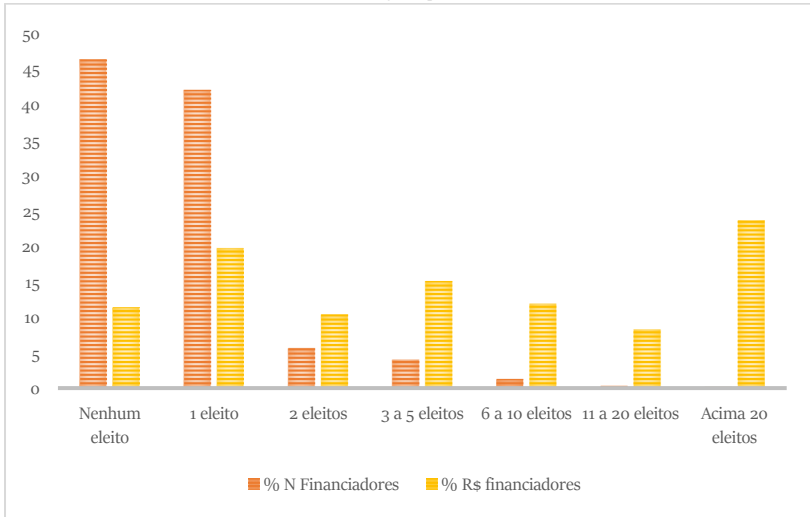
Assim, a primeira informação a mapear diz respeito aos escores de sucesso eleitoral dos financiadores. O gráfico abaixo informa que dentre os cerca de 20 mil financiadores eleitorais em 2010 a maioria (53,7%) logrou eleger ao menos um candidato.



Fonte: Autor com base em dados do TSE

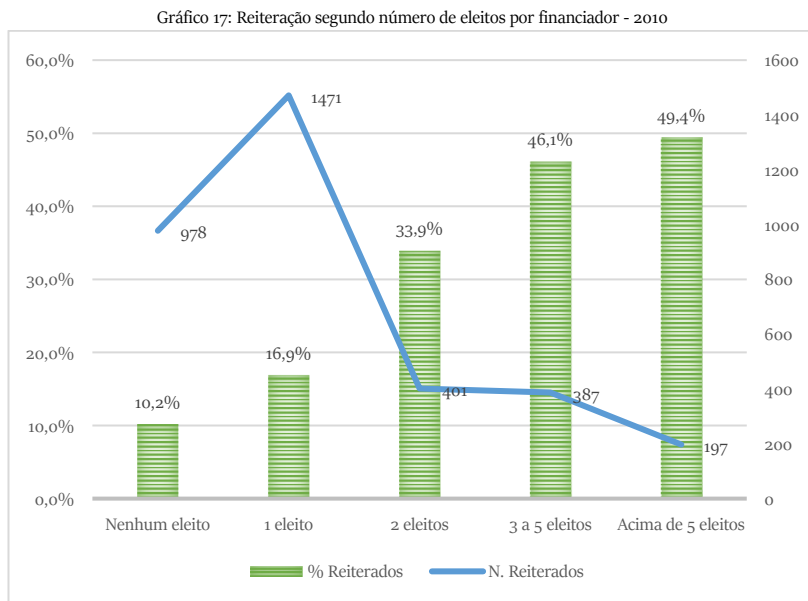
O gráfico abaixo informa a distribuição de maneira mais detalhada controlando-se o número de candidatos eleitos por financiador. Observe-se que o percentual de financiadores que logrou a eleição de mais de um candidato é menor, informando um universo mais restrito de financiadores que ocupam este perfil. Somados, os financiadores que lograram eleger mais de um candidato representam cerca de 12% dos financiadores. Porém, quando considerado o volume de recursos que este universo de financiadores destinou para a eleição de 2010 o volume total chega a quase 70% de tudo o que foi doado para as candidaturas a deputado estadual/distrital, federal, senado e governador. Vale destacar que 23% dos recursos, quase  $\frac{1}{4}$  do total, foram aportados por financiadores que lograram a eleição de mais de 20 candidatos.

Gráfico 16: Distribuição percentual de financiadores (%CNPJ) segundo número de candidatos eleitos - todos cargos com exceção cargo de presidente - 2010



Fonte: Autor com base em dados do TSE

Conhecida a distribuição normal dos dados cabe saber se naquele universo de financiadores bem-sucedidos no financiamento eleitoral o escores de reiteração é maior e se, inversamente, no conjunto de financiadores menos bem-sucedidos ou fracassados o percentual de desistência está mais presente, conforme a hipótese deste trabalho. A tabela abaixo apresenta o resultado eleitoral categorizado em cinco faixas de eleição e ilustra exatamente este fenômeno. Enquanto o percentual de reiteração é de apenas 10% dentre os financiadores fracassados no que diz respeito à eleição de seus patrocinados, dentre os financiadores que lograram eleger mais de cinco candidatos o percentual de reiteração é de quase 50%. A associação entre as variáveis mensurada pelo coeficiente Gamma neste caso é substancial ( $0,451$ ), indicando uma correlação positiva entre o número de candidatos eleitos pelo financiador e a probabilidade de sua reiteração no futuro.



Fonte: Autor com base em dados do TSE

O teste acima apresentou a taxa de sucesso eleitoral dos financiadores segundo o número de eleitos. Uma outra forma de calcular as taxas de sucesso é possível, utilizando para isso o total de votos relativos a soma de todos os candidatos patrocinados por um financiador. O quadro abaixo apresenta a distribuição dos votos totais acumulados correspondentes a todos os candidatos patrocinados por financiador (CNPJ) independentemente do cargo dividido em quartis e decis com os correspondentes pontos de corte (grifados) utilizados para a categorização dos valores contínuos de votação em variáveis categóricas. Desta forma, o 1º quartil diz respeito a votos totais de até 18.523. O 2º quartil abrange votos de 18.523 até 62.679. O 3º quartil abrange financiadores com votos na faixa de 62.679 até 202.798. o ultimo quartil foi dividido em duas faixas adicionais, computando 75% até 90% dos financiadores que acumularam de 202.798 até mil, e os financiadores na faixa final de recursos correspondente a 10% da amostra que acumularam votos totais acima de 1,3 milhões conforme tabela abaixo:

Tabela 17: Distribuição de votos totais em 2010 (CNPJ) por quartis

Percentual de CNPJs	Votos totais
10	0 a 3934
20	3934 a 12710
25	12710 a 18523
30	18523 a 24228
40	24228 a 39624
50	39624 a 62679
60	62679 a 97612
70	97612 a 152553
75	152553 a 202798
80	202798 a 300867
90	300867 a 1369814

Fonte: Autor com base em dados do TSE

A tabela abaixo fornece indícios de que a hipótese sustentada nesta tese, segundo a qual financiadores desistem em razão do resultado eleitoral insatisfatório também parece estar correta. Financiadores desistentes raramente (7%) lograram alcançar a última faixa de votos (*último decil correspondente a votações acima de 1,3 milhões de votos*) ao passo que financiadores que voltaram a doar em 2014 alcançaram esta faixa de votos em 21% dos casos, ou seja, três vezes mais. No quarto quartil (*acima de 202 mil até 1,3 milhões votos*) também há uma disparidade que vai ao sentido da hipótese aqui sustentada, nesta faixa de votação também o percentual de empresas desistentes é menor (13%) do que aquele alcançado por empresas que reiteraram (23,4%) indicando que o resultado eleitoral obtido em 2010 possivelmente esteja relacionado com a reiteração no ciclo seguinte.

Do mesmo modo se somadas as empresas desistentes que lograram a obtenção de votos acima do 4º quartil e último decil, portanto todas acima de 202 mil votos, o percentual chega a 20%, ao passo que entre as empresas reiteradas 44,6% das empresas acumularam votação acima deste patamar.

Tabela 18: Reiteração/Desistência segundo votos totais(cnpj) por quartis - 2010

Reiteração	Soma de votos dos financiadores por quartis					Total
	1º Quartil	2º Quartil	3º quartil	4º quartil	Último decil	
Desistente	4887	4607	4401	2337	1363	17595
	27,8%	26,2%	25,0%	13,3%	7,7%	100,0%
Reiterou	398	680	889	828	751	3546
	11,2%	19,2%	25,1%	23,4%	21,2%	100,0%
Total	5285	5287	5290	3165	2114	21141
	25,0%	25,0%	25,0%	15,0%	10,0%	100,0%

Fonte: Autor com base em dados do TSE

A associação entre as variáveis é significativa, com um grau baixo de associação (*Coef. contingência 0.224*). No entanto, ainda é preciso ressaltar que tanto o número de eleitos quanto a soma de votos estão sujeitos ao impacto do número de candidaturas apoiadas por cada financiador. Não se pode deixar de considerar que um financiador que apoia uma dezena de candidaturas tem grandes chances de atingir mais votos e/ou eleitos do que um financiador que apoie apenas uma candidatura. Este fator vai ser controlado nos modelos de regressão com a inclusão da variável de controle “cobertura” indicativa do número de candidaturas apoiadas em quartis distribuídas conforme segue.

Tabela 19: Distribuição financiadores segundo N. de candidatos financiados segundo reiteração - 2010

Número Candidatos Financiados	N.	Percentual	Desistiu	Reiterou
1	16046	77,6	88,10919	11,89081
2	2195	10,6	74,98861	25,01139
3 a 5	774	3,7	62,1447	37,8553
6 a 10	673	3,3	54,53195	45,46805
acima 10	998	4,8	62,52505	37,47495
Total	20686	100,0	83,4	16,5

Fonte: Autor com base em dados do TSE

Nitidamente, quanto maior o número de candidatos financiados maior o percentual de reiteração. Essa relação, porém, deixa de ser verdadeira para aquele conjunto de financiadores que apoiou mais do que dez candidaturas. Neste caso, embora o percentual de reiteração seja maior quando comparado a financiadores que efeturam doações para



apenas um candidato, o valor é menor do que aqueles que financiaram até de seis a dez candidaturas.

Inobstante, mesmo sabendo que quanto maior o número de candidatos financiados maior será o número de candidatos eleitos, pode-se testar se, controlada essa variável, há diferenças de desempenho entre reiterados e desistentes. Para aferir esse dado realizou-se o cruzamento das variáveis *n. de candidatos financiados* por faixas e *n. de candidatos eleitos* por faixa, dividindo-se os dados pelo conjunto de reiterados e desistentes (*split file*). Pode-se observar que o percentual de financiadores que não elegeu candidatos é menor entre os financiadores que reiteraram, bem como que o percentual de eleitos independentemente do número de candidatos financiados também foi maior para candidatos reiterados, por exemplo, entre financiadores desistentes que apoiaram de 6 a 10 candidatos o percentual que alcançou a eleição de 3 candidatos é de 24,5% ao passo que este percentual entre os reiterados foi de 33%.

Tabela 20: Cruzamento N. de candidatos apoiados segundo N. Eleitos por faixas - 2010

Reiteração	N. Candidatos Patrocinados	Eleitos por faixas					Total
		0	1	2	3	Mais de 3	
Desistente	1 candidato	55,8%	44,2%				14138
	2 candidato	30,5%	41,5%	28,0%			1646
	3 a 5 candidatos	17,0%	31,8%	33,7%	17,5%		481
	6 a 10 candidatos	16,1%	20,4%	27,2%	24,5%	11,7%	367
	Acima 10 candidatos	9,1%	11,2%	9,6%	12,7%	57,4%	624
	Total	49,7%	41,9%	4,5%	1,5%	2,3%	17256
Reiterou	1 candidato	42,4%	57,6%				1908
	2 candidato	20,2%	45,5%	34,2%			549
	3 a 5 candidatos	10,9%	26,6%	36,9%	25,6%		293
	6 a 10 candidatos	5,9%	13,7%	27,8%	33,0%	19,6%	306
	Acima 10 candidatos	,8%	,8%	5,3%	9,6%	83,4%	374
	Total	28,4%	42,9%	11,7%	6,2%	10,8%	3430

Fonte: Autor com base em dados do TSE

As taxas de correlação entre as variáveis são fortes e maiores para o cruzamento realizado com o conjunto de financiadores reiterados (*Coef. Contingência 0,742*) em comparação com financiadores desistentes (*Coef.*

*Contingência 0,698*). Em ambos os casos as taxas de associação são estatisticamente significativas ( $sig < 0,000$ ).

Os dados apontam para que efetivamente ocorra o maior número de eleitos conforme aumenta o número de candidatos financiados. Porém, pode existir um limite para este incremento, o que pode ser apurado nos modelos de regressão que incluirão também a variável cobertura. A seção que segue apresenta os resultados para os testes estatísticos realizados com o objetivo de responder se, controladas outras variáveis, a reiteração ainda pode ser explicada pelo desempenho eleitoral dos financiadores.

### **3.3 Teste estatístico: o desempenho eleitoral explica a reiteração no ciclo eleitoral seguinte?**

Com o propósito de responder se a reiteração pode ser explicada pelo resultado eleitoral *obtido pelos patrocinados pelo financiador* no ciclo anterior (eleição de 2010), resenhou-se acima uma análise preliminar de cunho exploratório das variáveis. Nesta etapa, colheu-se evidências de que a hipótese sustentada neste trabalho se confirmaria, qual seja, de que é possível identificar escores importantes de financiadores reiterados, e que a reiteração pode ser explicada: a) pelo resultado eleitoral obtido, b) pelos valores financeiros aplicados nas campanhas de partidos e candidatos, c) pelo setor econômico da empresa, d) pela ideologia do partido/candidato, e e) pelo número de candidatos financiados (cobertura).

Findada a análise descritiva na qual as variáveis independentes foram apresentadas e aproximadas por intermédio de associações e correlações diretas têm-se já algumas pistas sobre a influência das diferentes variáveis sobre a reiteração. Mas, estas pistas precisam ser verificadas através de um método mais sofisticado, neste caso, a análise multivariada que será realizada nesta seção, utilizando o modelo de regressão logística bivariada.<sup>6</sup> Antes de passar a este teste, porém realizou-se ainda o teste *t de student* identificando as diferenças de médias de

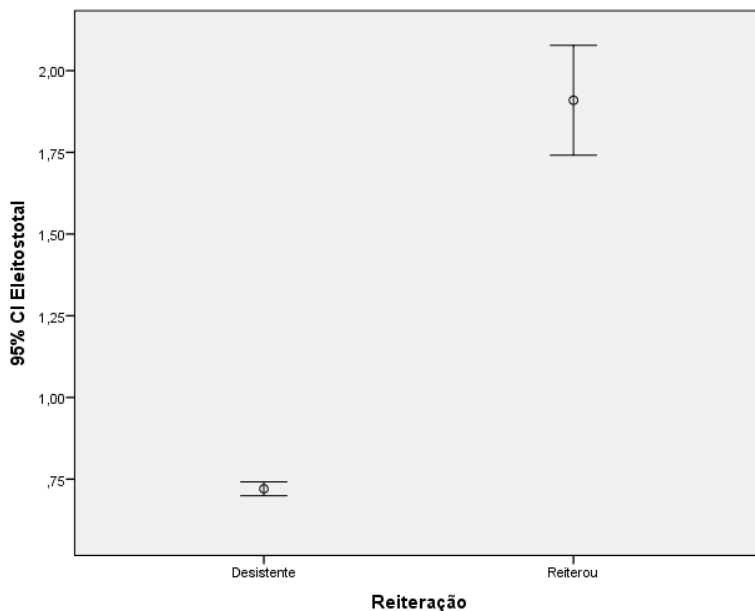
---

<sup>6</sup> Ver Carreirão e Barbetta (2004, p. 88), para mais detalhes.

votos e número total de eleitos por financiadores reiterados e aqueles que abandonaram o engajamento financeiro eleitoral desistindo de financiar a política no ciclo eleitoral seguinte.

Neste teste, segundo Field (2009) a medida que a diferença observada entre as médias das amostras for maior (neste caso reiterados vs. desistentes) mais confiantes ficamos de que a hipótese nula deva ser rejeitada: “Se a hipótese nula é incorreta, aceitamos o que é denominado de hipótese experimental” (FIELD, 2009, p. 292), o que significa dizer que a hipótese de que a reiteração seja causada pelas diferenças entre as médias de voto/eleitos não pode ser descartada. Para tanto se realizaram dois testes separadamente. No primeiro, reportado abaixo a variável reiteração é tomada como variável grupo de controle para apurar as diferenças na média de eleitos. Em seguida, no segundo teste, a variável reiteração é tomada como variável grupo de controle para apurar as diferenças na média de votos totais. O resultado é ilustrado no gráfico abaixo.

Gráfico 18: Teste t de student. Média de eleitos totais e desvio padrão (2010) segundo reiteração

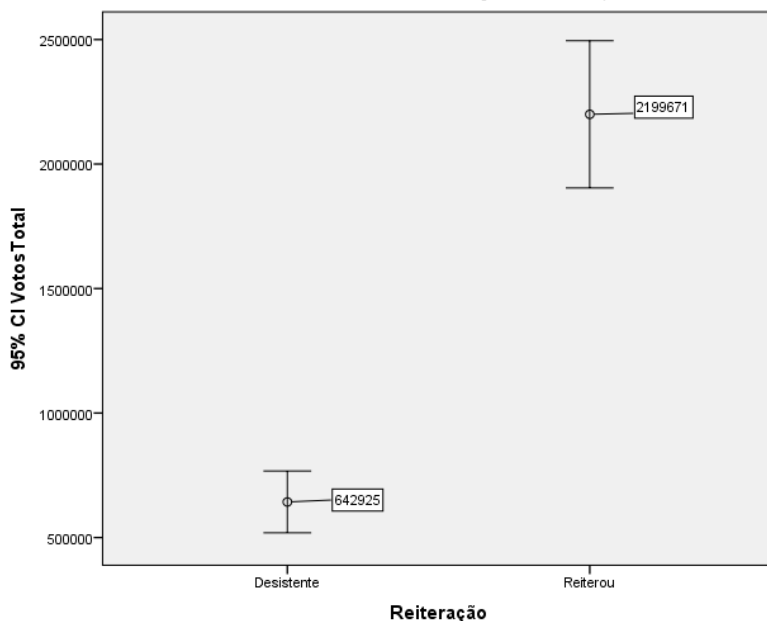


Fonte: Autor com base em dados do TSE

A partir do teste pôde-se inferir que em média os financiadores reiterados elegeram em média um maior número de candidatos (Média = 1,91, EP = 0,086) do que financiadores desistentes (Média = 0,72, EP = 0,011). Além disso, essa diferença foi significativa estatisticamente  $t(20711) = -26,726, p > 0,000$ .

Observando a diferença de votos totais acumulados pelos candidatos patrocinados por cada financiador em média, infere-se que financiadores reiterados acumularam uma média de 2,1 milhão de votos (EP=63355), ao passo que desistentes lograram atingir em média a marca de 642 mil votos (EP=150757). Diferença que também foi significativa estatisticamente  $t(20684) = -9,903, p > 0,000$

Gráfico 19: Teste t de student. Média de votos totais e desvio padrão (2010) segundo reiteração



Fonte: Autor com base em dados do TSE.

Desta forma, tomados os resultados acima a partir do teste t de *student* os dados exploratórios apresentados na sessão anterior há indícios suficientes para não descartar a hipótese de que, efetivamente, a reitera-

ção pode ser explicada pelo resultado eleitoral obtido pelo financiador. Sugerindo que a desistência do financiamento eleitoral possa ser explicada pela frustração do resultado eleitoral. Abaixo se apresenta o teste de regressão logística multivariada que mobiliza no mesmo modelo todas as variáveis descritas acima.

### 3.3.1 Teste Regressão Logística bivariada

No teste de regressão logística os coeficientes  $B_0$ ,  $B_1$ ,  $B_2$ , das variáveis independentes, fornecem informações sobre a influência de cada variável sobre a reiteração (reiterou [1] /desistiu [0]). Quanto maior o coeficiente, maior é a influência. O sinal do coeficiente informa o sentido da relação de causalidade. Na apresentação dos resultados, optamos por analisar o valor da função exponencial aplicada a cada coeficiente (Exp B), que representa a razão da chance de eleição do candidato, entre indivíduos da categoria em pauta, "descontando" o efeito das outras variáveis do modelo<sup>7</sup>.

Desta forma, nesta seção passa-se a apresentar os resultados para a regressão logística empreendida para testar simultaneamente a possível interferência de cada uma das variáveis listadas até aqui.

Para tanto, foram desenvolvidos neste modelo análises a partir de cinco amostragens distintas: 1) para todo o conjunto da amostra (excluindo o cargo de presidente da república<sup>8</sup>) 2) utilizando o cargo de governador; 3) utilizando o cargo de senador; 4) utilizando o cargo de deputado federal 5) utilizando o cargo de deputado estadual. Desta forma, pode-se controlar também, por comparação das amostragens, a

---

<sup>7</sup> Segundo Carreirão e Barbeta, (2004, p. 88), "na regressão linear, é comum apresentar o coeficiente de determinação  $R^2$ , cujo valor está no intervalo entre 0 e 1, como representando a proporção da variância da variável dependente, que pode ser 'explicada' pelas variáveis independentes, segundo o modelo adotado. Na regressão logística, não existe um coeficiente com esta interpretação, mas existem propostas de generalizações do coeficiente  $R^2$ , em que quanto maior o seu valor, maior é o poder preditivo do modelo com os dados da amostra. No caso do  $R^2$  proposto por Nagelkerke, o resultado estará sempre no intervalo de 0 a 1. Em termos dos dados da amostra,  $R^2 = 0$  indica que o modelo não colabora em nada para prever a intenção de votos, e  $R^2 = 1$  indica que o modelo prediz corretamente o resultado final da amostra".

<sup>8</sup> AS doações para o cargo de presidente foram excluídas diante do fato de que se tem neste modelo apenas 1 candidato eleito, o que reduz em muito o n. de observação (já que o modelo adota como variável independente o resultado eleitoral), e além disso nas simulações realizadas com o cargo os resultados não apresentaram relevância estatística .

relevância da variável cargo para o qual a doação foi dirigida. Todos os modelos utilizam como base a eleição de 2010 e com os financiadores (CNPJ) como unidade de análise. O diagrama abaixo ilustra melhor o desenho final de pesquisa para este primeiro modelo. Cada um dos cinco submodelos foi dividido em função da variável cargo financiado, o que é necessário para computar o total de eleitos e o total de votos por cargo.

O resultado eleitoral utilizado como variável independente, ou seja, explicativa da reiteração representa o total de votos somados pelo conjunto de candidatos patrocinados por financiador categorizado por quartis. O diagrama abaixo ilustra o modelo que foi empregado para cada uma das amostras (todos os cargos e com filtros para testar efeitos modulados por cargo separadamente). Ao final, foi realizado para cada submodelo o teste de regressão linear apenas entre as variáveis *votos* acumulados por CNPJ e *valores* totais de financiamento contralados pela reiteração (*split file*) com a finalidade de ilustrar os resultados da regressão logística bivariada.

Tabela 21: Modelo de regressão logística bivariada – Modelo 1

Submodelo	VD	VI	VI	VI	VI	VI
Todos cargos	Reiteração	Votos quartis 2010	Valor quartis 2010	CNAE	Ideologia 2010	N. cand 2010
Governador	Reiteração	Votos quartis 2010	Valor quartis 2010	CNAE	Ideologia 2010	N. cand 2010
Senador	Reiteração	Votos quartis 2010	Valor quartis 2010	CNAE	Ideologia 2010	N. cand 2010
Dep. Federal	Reiteração	Votos quartis 2010	Valor quartis 2010	CNAE	Ideologia 2010	N. cand 2010
Dep Estadual	Reiteração	Votos quartis 2010	Valor quartis 2010	CNAE	Ideologia 2010	N. cand 2010

### 3.3.1.1 Modelo aplicado ao conjunto da amostra (Cargos Governador, Senador, Deputado Federal e Deputado Estadual/Distrital)

Nesta primeira etapa os dados referem-se ao conjunto da amostra (N. = 20.686) considerando-se as doações para todos os cargos com exceção do cargo de presidente da república. Os quadros em destaque referem-se às variáveis que apresentaram significância estatística no modelo. Todas as demais se situaram acima de padrões aceitáveis de significância estatística (sign.  $\leq$  0,05).

O modelo de análise de regressão logística como um todo se mostra estatisticamente significativo (significância de 0,00 no teste do qui-quadrado), “explicando” (Nagelkerke R Square) 17,8% da variação da variável dependente. O modelo mostra-se razoavelmente bom, com predição de 98% dos valores para os financiadores desistentes e 15,5% para os financiadores reiterados; no conjunto o índice de predição é de 84,3% dos casos

Tabela 22: Regressão logística bivariada – Var Dependente (Reiteração), Var Independente (Votos quartis, valor quartis, ideologia, CNAE, Cobertura) – Todos os cargos.

Variável Independente	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Votos_quartis			91,348	4	,000	
Votos 25%-50%	,406	,069	34,393	1	,000	1,501
Votos 50%-75%	,543	,069	62,426	1	,000	1,722
Votos 75%-90%	,628	,078	65,498	1	,000	1,874
Votos 90%-100%	,761	,088	75,075	1	,000	2,141
Valor_quartis			377,841	4	,000	
R\$ 25% - 50%	,516	,072	51,993	1	,000	1,676
R\$ 50% - 75%	,799	,070	132,163	1	,000	2,224
R\$ 75% - 90%	1,115	,075	221,361	1	,000	3,050
R\$ 90% - 100%	1,581	,086	337,880	1	,000	4,860
Ideologia			38,229	6	,000	
Esquerda	,049	,050	,951	1	,330	1,050
Centro	,128	,088	2,128	1	,145	1,137
Direita Esquerda	,296	,081	13,342	1	,000	1,344
Centro Esquerda	-,035	,246	,020	1	,887	,966
Centro Direita	,183	,131	1,948	1	,163	1,201
Dir. esq. centro	,790	,134	34,620	1	,000	2,203
CNAE			314,079	5	,000	
Comercio	,489	,057	72,327	1	,000	1,631
Construção	,789	,065	147,579	1	,000	2,201
Financeiro	,392	,126	9,691	1	,002	1,480
Inf. & Comunic.	,564	,099	32,155	1	,000	1,758
Indústria	,957	,057	283,333	1	,000	2,604
Cobertura_faixas			83,534	4	,000	
2 candidatos	,325	,068	23,061	1	,000	1,384
3 -5 candidatos	,638	,098	42,386	1	,000	1,893
6 -10 candidatos	,721	,108	44,345	1	,000	2,057
Acima 10 candidatos	,113	,117	,938	1	,333	1,120
Constant	-3,527	,082	1850,936	1	,000	,029

a. Variable(s) entered on step 1: Votos\_quartis, Valor\_quartis, Ideologia, CNAE, Cobertura\_faixas.CNAE: 1 "Outros" 2 "Comércio" 3 "Construção" 4 "Financeiro" 5 "Informação e comunicação" 6 "Indústria" IDEOLOGIA: 1 "Direita" 2 "Esquerda" 3 "Centro" 4 "Direita esquerda" 5 "Esquerda e centro" 6 "Direita e centro" 7 "Direita esquerda centro".v COBERTURA: 1 "1 candidatura" 2 "2 candidaturas" 3 "3 a 5 candidaturas" 4 "6 a 10 candidaturas" 5 "Acima 10 candidaturas"

Todas as variáveis apresentaram significância estatística no modelo. A única ressalva foi a variável *ideologia* que não apresentou significância estatística para os casos em que o financiador dirigiu seus recursos para a “*esquerda*”, para o “*centro*”, para “*esquerda e centro*” e para “*direita e centro*”.

### ***Reiteração Vs. resultado eleitoral 2010***

O modelo de regressão logística bivariada confirmou a principal hipótese testada neste modelo, ou seja, demonstrou existir uma relação de dependência estatisticamente significativa entre a *desistência* (ou *reiteração*) do engajamento financeiro no processo eleitoral e *resultado eleitoral*. Para chegar a este resultado a variável resultado eleitoral adotada foi a *soma da votação obtida por todos os candidatos patrocinados pelo financiador* (em todos os cargos) categorizada por quartis.

Desta forma, controladas as outras variáveis, inclusive o número de candidaturas financiadas, foi possível medir as chances de que um financiador seja reiterado no ciclo eleitoral seguinte em razão dos votos obtidos. É importante notar que isso não é o mesmo que testar se a reiteração causa votos (esse teste será feito no capítulo seguinte). Como a reiteração só se efetiva, ou não, no ciclo eleitoral seguinte, isto é, quatro anos depois, o que se verifica é se o desempenho eleitoral causa a reiteração, e o seu oposto, ou seja, de que o baixo desempenho eleitoral causa a desistência.

A regressão demonstrou que quando controladas todas as outras variáveis (Valor [R\$] do financiamento, CNAE, Ideologia, Cobertura) há uma relação diretamente proporcional entre a razão de chances de reiteração e o valor acumulado de votos somados pelo conjunto de patrocinados pelo financiador. Na medida em que aumentam os votos aumentam as chances de reiteração.

Os financiadores que lograram somar o total de votos correspondente ao último decil de votos (1,2 milhões de votos) guardam em relação



aos financiadores situados no primeiro quartil (até 18 mil votos) 2,1 vezes mais chances de reiterar.

### ***Reiteração vs. Financiamento***

Outra hipótese adotada neste modelo diz respeito ao problema de saber se há diferenças importantes no aporte de recursos entre financiadores reiterados e desistentes. Sustentamos a hipótese de que um dos fatores que leva a reiteração no engajamento financeiro eleitoral é o nível de comprometimento financeiro adotado pelo financiador. Assim, quanto maior o volume de recursos empregado por uma empresa em uma eleição, maior o grau de comprometimento com esse processo, o que levaria a reiteração do financiamento no ciclo eleitoral seguinte. Inversamente, aportes mais modestos de recursos representariam menores níveis de comprometimento, e, portanto, uma maior probabilidade de desistência do engajamento no processo eleitoral.

O teste estatístico confirmou os indícios apresentados nos testes descritivos realizados acima. Com efeito, o volume de recursos aportado por financiadores reiterados é maior. Controladas as outras variáveis (Votos, Ideologia, CNAE, Cobertura), há quase 5 vezes mais chances de que um financiador que somou recursos na última faixa (Acima de R\$ 90 mil) não desista do engajamento eleitoral em comparação com financiadores que se situam no primeiro quartil de recursos somados em valor correspondente a até R\$ 1,5 mil.

### ***Reiteração Vs. Setor econômico (CNAE)***

Uma das variáveis de controle adotada foi o setor econômico do financiador. A questão que orientou as análises neste caso foi saber se o setor econômico pesou na definição da reiteração ou desistência do financiador. Supõe-se que determinados setores guardem posições estratégicas em relação as políticas de Estado, o que levaria a esforços

para manutenção de posições privilegiadas em relação a partidos e candidatos, traduzindo-se na reiteração do financiamento eleitoral entre diferentes ciclos. Esperava-se, por exemplo, que o setor de construção, diante das políticas recentes de investimento na área, apresentasse maiores taxas de chances de reiteração.

Para realização do teste estatístico os cerca de 20 setores econômicos foram categorizados em apenas 6, quais sejam: '1' "*Outros/Diversos*", '2' "*Comércio*", '3' "*Construção*", '4' "*Financeiro*", '5' "*Informação e comunicação*" e 6, "*Indústria*". O teste de regressão logística não frustrou completamente a suposição que sustentamos. Dotado de significância estatística e com moderados escores de associação o teste demonstra que todos os setores categorizados guardam em relação a setores diversos/outras (*dummy*), maiores chances de reiteração.

O setor industrial, foi aquele com maior destaque. Financiadores deste setor guardam em relação a *setores diversos* chances de reiteração que chegam a 2,6 vezes. Sumarizando os resultados pode-se dizer que em média, os setores de comércio (1,6 vezes), construção (2,2 vezes), financeiro (1,4 vezes) e informação/comunicação (1,7 vezes) possuem mais chances de voltar a financiar o ciclo eleitoral seguinte em relação a todos os outros setores econômicos.

### ***Reiteração vs. ideologia***

Outra variável de controle utilizada foi a ideologia do candidato ou partido para o qual o financiador dirigiu sua doação no ciclo eleitoral base (2010).

Uma dificuldade adicional para categorizar esta variável diz respeito à estrutura de oportunidade de financiamento em relação aos partidos e, portanto, ideologias disponíveis para os financiadores. É preciso considerar que um mesmo doador pode financiar mais de um partido ou ideologia em uma mesma eleição. Assim, a categorização da ideologia deve levar em consideração esta estrutura de oportunidades. A partir destas considera-

ções optou-se por utilizar uma classificação simples (direita, esquerda, centro) e a partir dessa classificação identificar as estratégias de cada financiador. Ao final, as doações estiveram distribuídas em sete categorias: 1 "Direita", 2 "Esquerda", 3 "Centro", 4 "Direita esquerda", 5 "Esquerda e centro", 6 "Direita, e centro", 7 "Direita esquerda centro"

O objetivo neste passo era o de responder se a reiteração ou desistência estaria relacionada à ideologia do patrocinado pelo financiador. A hipótese que sustento não é exatamente a de que a desistência do financiamento eleitoral estaria relacionada ao financiamento de partidos ou ideologias específicas, mas que alguns financiadores podem apresentar perfis mais vinculados a partidos e ideologias de todos os matizes. Esta hipótese será enfrentada no modelo 3, no qual a partir da comparação das doações em 2010 e 2014 serão apresentados os perfis os financiadores no que tange à vinculação ou não em relação a seus patrocinados. Desta forma, é importante saber se há diferenças nas razões de chance de reiteração com relação à ideologia.

No que tange puramente à ideologia do partido ou candidato patrocinado os dados frustraram qualquer grande descoberta neste aspecto, pois não foi identificada significância estatística quando o financiador aportou seus recursos unicamente para direita, esquerda ou centro. Assim, não há conclusões a tomar a respeito da ideologia em si. Entretanto, quando considerada o número de ideologias financiadas o teste autoriza inferir que doadores *desvinculados*, isto é, que financiaram mais de uma ideologia, apresentaram maiores chances probabilísticas de reiteração: aqueles que financiaram em todas as direções ideológicas possuem 2,7 vezes mais chances de reiterar em relação aqueles que financiaram apenas uma ideologia (direita: variável *dummy*).

### ***Reiteração vs. N. de candidaturas (cobertura)***

Neste mesmo sentido a variável número de cargos foi incluída posteriormente ao desenvolvimento do projeto como variável de controle.

Diante do fato de que a esmagadora maioria (77,6%) dos financiadores financiou apenas um candidato no ciclo eleitoral de 2010 identificou-se a necessidade de controlar aquele contingente minoritário de financiadores que se dispuseram a financiar mais de um candidato.

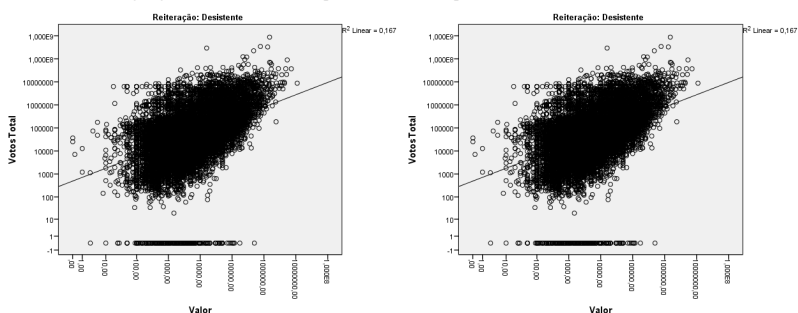
O teste de regressão logística demonstrou que, da mesma forma como identificado indiretamente pela variável ideologia, aqueles financiadores que apostaram suas fichas em mais de um cargo possuem razões de chance estatística maiores de permanecerem no jogo do que aqueles que financiam apenas um candidato. Financiadores que destinaram seus recursos para mais candidatos tiveram mais chances de reiterar em relação a financiadores de doaram para um único candidato. Aqueles que financiaram dois candidatos reiteraram 1,3 vezes mais, para os que financiaram três a cinco candidatos, a razão aumentou para 1,8, e entre financiadores que doaram para o número de seis a 10 candidatos houve duas vezes mais chances de que ocorresse a reiteração. Porém, este dado deixa de ser significativo estatisticamente para o conjunto de financiadores que efetuou doações para mais de 10 candidatos. Além disso, mesmo que desprezada a significância estatística neste caso, que foi maior que 0,3, houve uma redução na razão de chances, o que indica, que, efetivamente pode haver um limite na relação linear entre o número de candidatos patrocinados e as chances de reiterar.

### **3.3.1.2 Reforçando Diferenças entre reiterados e desistentes- Teste Regressão Linear – Modelo aplicado para conjunto amostra**

Viu-se até aqui que financiadores reiterados financiaram com mais recursos, um maior número de candidatos, cargos, ideologias e obtiveram um maior número de eleitos do que financiadores que desistiram. O gráfico abaixo é resultado de regressão linear apenas entre as variáveis *votos* acumulados por CNPJ e *valores* totais de financiamento e ilustra os resultados da regressão logística bivariada apresentados acima.

Identifica-se que efetivamente a relação de dependência entre recursos e eleição é maior dentre os reiterados (*Gráfico de dispersão*): *Candidatos reiterados gastaram menos recursos por voto*. O teste de regressão indica que dentre os candidatos desistentes cada voto levou ao dispêndio médio de R\$ 12. Já dentre os candidatos reiterados houve um maior aproveitamento com o investimento de R\$ 4 por voto obtido no somatório de seus patrocinados.

Gráfico 20: Regressão linear votos (log) segundo recursos investidos por financiador (log) Modelo aplicado ao conjunto da amostra (Cargos governador, senador, deputado federal e deputado estadual/Distrital) controlada a reiteração



Coefficientes

Reiteração	Modelo	Coeficiente não padronizados		Coeficiente padronizados	t	Sig.
		B	Desvio padrao	Beta		
Desistente	1 (Constant)	263280,052	63548,417		4,143	,000
	Valor	12,155	,443	,204	27,414	,000
Reiterou	1 (Constant)	1277381,841	104938,477		12,173	,000
	Valor	4,707	,076	,725	61,612	,000

Variável dependente: VotosTotal – Fonte: Autor com base em dados do TSE.

Porém, ainda é cedo para tomar conclusões. Este teste em particular (que indicaria o efeito da expertise da reiteração gerando um melhor aproveitamento dos recursos) será realizado no modelo em que se testa reiterados e novatos tendo como base a eleição de 2014, teste que será realizado no próximo capítulo.

O modelo de regressão logística descrito nesta seção tratou de todos os cargos, a seguir apresenta-se de maneira mais sumarizada os resultados para o mesmo teste controlando-se por cargos isolados.

### 3.3.1.3 Modelo aplicado ao cargo Governador

Neste modelo, os dados coligidos referem-se exclusivamente às doações dirigidas para o cargo de governador, na eleição de 2010, abrangendo um universo de 2.130 financiadores (CNPJs). Definida essa amostra foi realizado o mesmo teste de regressão logística bivariada acima, porém observando-se somente esse conjunto de financiadores que patrocinou postulantes ao cargo de governador. O modelo mostrou-se estatisticamente significativo (significância de 0,00 no teste do qui-quadrado), “explicando” (Nagelkerke R Square) 23% da variação da variável dependente. O modelo mostra-se razoavelmente bom, com predição de 89,6% dos valores para os financiadores desistentes e 39,3% para os financiadores reiterados. No conjunto, o índice de predição é de 73,3% dos casos.

As variáveis que apresentaram significância estatística no modelo foram votos por quartis, valor do financiamento, ideologia e setor econômico. Ressalva-se que a variável votos por quartis apresentou significância apenas para o último decil ( $\text{sig} < 0,05$ ) e a variável ideologia apresentou significância estatística somente para os casos em que o financiador dirigiu seus recursos para “Direita e esquerda” e “Direita esquerda centro” nas demais ideologias apresentou probabilidade de significância muito acima de 0,05, pelo que, não serão analisadas. Ressalva também cabe na variável setor econômico, para a qual somente observou-se significância estatística para os setores de construção e industrial.

Tabela 23: Regressão logística bivariada – Var Dependente (Reiteração), Var Independente (Votos quartis, valor quartis, ideologia, CNAE, Cobertura) – Cargo governador

Variável Independente	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Votos_quartis			15,061	4	,005	
Votos 25%-50%	,046	,150	,095	1	,758	1,047
Votos 50%-75%	-,149	,152	,963	1	,327	,861
Votos 75%-90%	,333	,173	3,695	1	,055	1,395
Votos 90%-100%	,579	,221	6,888	1	,009	1,785
Valor_quartis			75,635	4	,000	
R\$ 25% - 50%	,619	,167	13,680	1	,000	1,856

R\$ 50% - 75%	1,106	,166	44,222	1	,000	3,022
R\$ 75% - 90%	1,361	,186	53,402	1	,000	3,899
R\$ 90% - 100%	1,444	,226	40,681	1	,000	4,238
Ideologia			63,360	6	,000	
Esquerda	,035	,149	,055	1	,814	1,036
Centro	,454	,513	,784	1	,376	1,575
Direita Esquerda	,919	,135	46,048	1	,000	2,507
Centro Esquerda	,424	,662	,410	1	,522	1,528
Centro Direita	,690	,282	5,984	1	,014	1,995
Dir. esq. centro	,985	,192	26,247	1	,000	2,678
CNAE			44,067	5	,000	
Comercio	,431	,157	7,511	1	,006	1,539
Construção	,639	,163	15,292	1	,000	1,894
Financeiro	-,033	,301	,012	1	,914	,968
Inf. & Comunic.	,453	,367	1,524	1	,217	1,572
Indústria	,917	,149	37,994	1	,000	2,502
Cobertura_faixas			3,537	4	,472	
2 candidatos	,041	,174	,056	1	,812	1,042
3 -5 candidatos	-,013	,351	,001	1	,970	,987
6- 10 candidatos	1,003	,814	1,519	1	,218	2,726
Acima 10 candidatos	1,593	1,077	2,190	1	,139	4,921
Constant	-2,525	,191	174,265	1	,000	,080

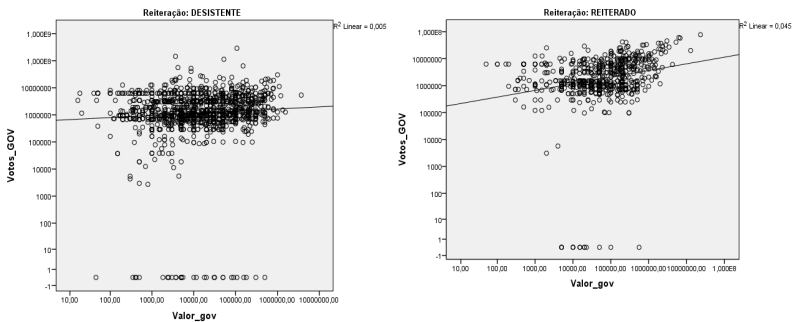
a. Variable(s) entered on step 1: Votos\_quartis, Valor\_quartis, Ideologia, CNAE, Cobertura\_faixas.CNAE: 1 "Outros" '2' "Comércio" '3' "Construção" '4' "Financeiro" '5' "Informação e comunicação" '6' "Indústria" IDEOLOGIA: 1 "Direita" 2 "Esquerda" 3 "Centro" 4 "Direita esquerda" 5 "Esquerda e centro" 6 "Direita e centro" 7 "Direita esquerda centro".v COBERTURA: 1 "1 candidatura" 2 "2 candidaturas" 3 "3 a 5 candidaturas" 4 "6 a 10 candidaturas" 5 "Acima 10 candidaturas"

De maneira similar ao observado no modelo que articulou todos os cargos, quando observado o cargo de governador, as variáveis confirmaram as principais hipóteses do trabalho, alterando-se pouco os escores de razão de chances. Pode-se dizer que para os que financiaram o cargo de governador são maiores as chances de reiteração quando atingida a soma de votos acumulados no último decil (acima de 8 milhões de votos). Financiadores que atingiram esta soma de votos com seus patrocinados tiveram 1,7 vezes mais chances de reiterar no ciclo seguinte. No que tange ao valor de recursos empregados, aqueles financiadores situados no último decil (valores acima de R\$ 300 mil) tiveram 4,2 vezes mais chances de reiterar. No que tange à ideologia, financiadores que doaram para partidos e candidatos de todos os matizes tiveram mais chances de reite-

rar (2,6) do que aqueles que financiaram para apenas um partido (*direita – dummy*). Também financiadores que doaram para direita e esquerda reiteraram 2,5 vezesmais. No que diz respeito ao setor econômico, assim como no modelo anterior, financiadores do setor industrial possuem maiores chances estatísticas de reiteração em até 2,5 vezes. Razão de chances de reiteração ligeiramente inferior (1,8 vezes) observou-se no setor industrial.

Com propósito de destacar as diferenças entre reiterados e desistentes rodou-se ainda o teste de regressão linear, cujos resultados apresentam-se abaixo. Dentre os financiadores desistentes não se identificou associação entre recursos empregados (var independente) e votos (variável dependente): neste caso o  $R^2$  é de 0,002. Entretanto, dentre os financiadores reiterados a associação não somente é presente como moderada ( $R^2$  0,350).

Gráfico 21: Regressão linear votos(log) segundo recursos investidos por financiador (LOG) Modelo aplicado ao cargo de governador controlada a reiteração (log)



Coefficientes

Reiteração	Modelo	Coeficiente não padronizados		Coeficiente padronizados	t	Sig.
		B	Desvio padrao	Beta		
Desistente	1 (Constant)	3089678,380	278274,696		11,103	,000
	Valor_gov	2,842	1,505	,050	1,889	,059
Reiterou	1 (Constant)	3764003,896	240041,695		15,681	,000
	Valor_gov	3,879	,202	,591	19,236	,000

a. Variável dependente: Votos\_GOV – Fonte: Autor com base em dados do TSE.



Além disso o resultado da regressão informa que financiadores reiterados empregaram em média R\$ 1 a mais por voto em relação a financiadores desistentes. Resultado diferente daquele que considera o conjunto da amostra, no qual a relação é inversa, com reiterados gastando menos recursos por voto. Frise-se que este resultado toma por base o resultado eleitoral e os recursos despendidos na eleição de 2010.

### 3.3.1.4 Modelo aplicado ao cargo Senador

Neste modelo apresentam-se os resultados da regressão para o cargo de senador. Neste caso a amostra refere-se a 1.436 financiadores (CNPJs) que doaram para o cargo em todas as unidades da federação na eleição de 2010. As linhas grifadas em destaque referem-se às variáveis que apresentaram significância estatística no modelo. Todas as demais situaram-se acima de padrões aceitáveis de significância estatística ( $sign. \leq 0,05$ ).

O modelo de análise de regressão logística como um todo se mostra estatisticamente significativo (significância de 0,00 no teste do qui-quadrado), “explicando” (Nagelkerke R Square) 25,1% da variação da variável dependente. O modelo mostra-se razoavelmente bom, com predição de 87,1% dos valores para os financiadores desistentes e 47% para os financiadores reiterados; no conjunto o índice de predição é de 72,6% dos casos. Todas as variáveis apresentaram significância estatística no modelo. Porém, a variável *votos por quartis* excede por alguns centésimos o limite de 0,05, assim como a variável *cobertura*, representativa do N. de candidatos ao senado apoiados.

Tabela 24: Regressão logística bivariada – Var Dependente (Reiteração), Var Independente (Votos quartis, valor quartis, ideologia, CNAE, Cobertura) – Cargo senador

Variável Independente	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Votos_quartis			6,771	4	,148	
Votos 25%-50%	,415	,184	5,117	1	,024	1,515
Votos 50%-75%	,336	,185	3,297	1	,069	1,399
Votos 75%-90%	,275	,218	1,598	1	,206	1,317
Votos 90%-100%	,565	,297	3,622	1	,057	1,759
Valor_quartis			20,696	4	,000	

R\$ 25% - 50%	,563	,180	9,777	1	,002	1,757
R\$ 50% - 75%	,755	,185	16,704	1	,000	2,127
R\$ 75% - 90%	,774	,209	13,704	1	,000	2,169
R\$ 90% - 100%	,741	,278	7,107	1	,008	2,097
Ideologia			49,658	6	,000	
Esquerda	-,204	,205	,989	1	,320	,816
Centro	,398	,646	,380	1	,538	1,489
Direita Esquerda	,881	,162	29,603	1	,000	2,413
Centro Esquerda	-,003	,694	,000	1	,997	,997
Centro Direita	,867	,327	7,043	1	,008	2,380
Dir. esq. centro	1,039	,224	21,448	1	,000	2,825
CNAE			59,255	5	,000	
Comercio	,663	,196	11,437	1	,001	1,940
Construção	1,299	,189	47,030	1	,000	3,666
Financeiro	,847	,321	6,962	1	,008	2,333
Inf. & Comunic.	,658	,396	2,753	1	,097	1,930
Indústria	1,060	,171	38,614	1	,000	2,887
Cobertura_faixas			6,338	4	,175	
2 candidatos	,149	,211	,497	1	,481	1,160
3 -5 candidatos	,740	,383	3,737	1	,053	2,097
6- 10 candidatos	1,156	,685	2,849	1	,091	3,177
Acima 10 candidatos	,900	,666	1,826	1	,177	2,461
Constant	-,2588	,226	130,829	1	,000	,075

a. Variable(s) entered on step 1: Votos\_quartis, Valor\_quartis, Ideologia, CNAE, Cobertura\_faixas. CNAE: 1 "Outros" 2 "Comércio" 3 "Construção" 4 "Financeiro" 5 "Informação e comunicação" 6 "Indústria" IDEOLOGIA: 1 "Direita" 2 "Esquerda" 3 "Centro" 4 "Direita esquerda" 5 "Esquerda e centro" 6 "Direita e centro" 7 "Direita esquerda centro".v. COBERTURA: 1 "1 candidatura" 2 "2 candidaturas" 3 "3 a 5 candidaturas" 4 "6 a 10 candidaturas" 5 "Acima 10 candidaturas"

Neste modelo a variável setor econômico foi mais significativa do que nos modelos anteriores. Dentre os financiadores para o cargo de senador as chances de reiteração aumentaram quando se trataram de empresas do setor de construção civil, com 3,6 vezes mais chances de que tais financiadores não desistam do engajamento financeiro eleitoral. Já para o setor industrial as razões de chances foram de 2,8 vezes mais. E para o setor financeiro de 2,3 vezes mais. A comparação em todos os casos tem por base todos os outros setores agregados (*dummy*).

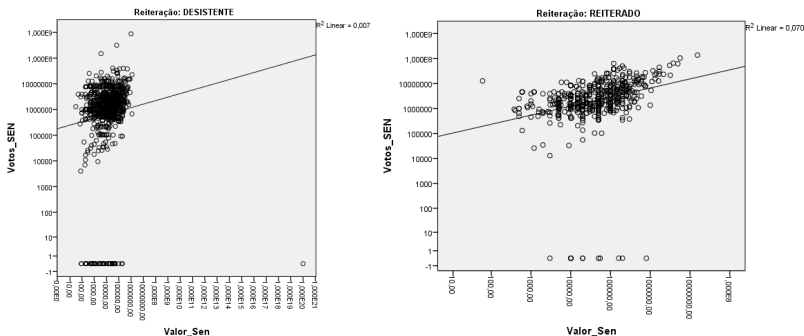
No que tange a variável ideologia, neste caso, quando o financiador doou para candidatos ao senado de direita e esquerda as chances de reiterar foram de 2,4 vezes, quando os candidatos eram da direita e centro,

de 2,3 vezes e quando senadores de todas as ideologias foram financiados as chances de reiteração foram de 2,8 vezes mais em relação à variável *dummy* (direita).

Desconsiderando que a variável votos por quartis excedeu o limite de 0,5, pode-se apurar que financiadores neste patamar de votos ao senado tiveram 1,7 vezes mais chances de reiterar em relação aos financiadores que acumularam menos votos com seus patrocinados. Com relação à variável cobertura, que indica o n. de candidatos ao senado financiados, o único caso que se aproxima de valores com significância estatística é daqueles financiadores que doaram para de 3 a 5 candidatos, os quais, em relação àqueles que patrocinaram um único candidato ao senado tiveram duas vezes mais chances de reiterar.

O teste de regressão linear revelou as diferenças havidas entre reiterados e desistentes no que tange a relação entre recursos e votos. No teste a variável *votos* entrou como variável dependente e a variável *recursos* entrou como variável independente, explicativa. O gráfico de dispersão abaixo informa os escores de correlação entre as variáveis. Entre financiadores desistentes a associação é nula, já entre reiterados é substancial ( $r^2$  0,544).

Gráfico 22: Regressão linear votos (log) segundo recursos investidos (log) por financiador controlada a reiteração. Modelo aplicado ao cargo de senador



Coeficientes

Reiteração	Modelo	Coeficientes não padronizados		Coeficientes padronizados	t	Sig.
		B	Desvio padrão	Beta		
Desistente	1 (Constant)	4488186,536	1036373,771		4,331	,000
	Valor_Sen	-4,488E-14	,000	-,005	-,143	,886
Reiterado	1 (Constant)	4293561,828	355639,542		12,073	,000
	Valor_Sen	10,492	,423	,737	24,817	,000

Variável dependente: Votos\_SEN – Fonte: Autor com base em dados do TSE

De acordo com a regressão linear reiterados empregaram mais recursos por voto do que candidatos desistentes, destoando também do teste que considera o conjunto dos dados. Porém, não há significância estatística no caso de desistentes.

### 3.3.1.5 Modelo aplicado ao cargo de deputado federal

Nesta seção apresenta-se o resultado da regressão logística bivariada para o cargo de deputado federal. A amostra abrange 8.726 financiadores, (CNPJs) que doaram para candidatos postulantes ao cargo de deputado federal. Os quadros em destaque referem-se às variáveis que apresentaram significância estatística no modelo. Todas as demais se situaram acima de padrões aceitáveis de significância estatística ( $\text{sign.} \leq 0,05$ ).

O modelo de análise de regressão logística como um todo se mostra estatisticamente significativo (significância de 0,00 no teste do qui-quadrado), “explicando” (Nagelkerke R Square) 22% da variação da variável dependente. O modelo mostra-se razoavelmente bom, com predição de 96% dos valores para os financiadores desistentes e 25,8% para os financiadores reiterados; no conjunto o índice de predição é de 81,4% dos casos.

Todas as variáveis apresentaram significância estatística no modelo. Com as ressalvas no segundo quartil da variável votos, doações para *direita* e *esquerda* isoladamente e concomitantes para *esquerda* e *centro* na variável ideologia, e para doações para dois candidatos e deputado federal, seis a 10, e acima de 10 candidatos a deputado federal, as quais não apresentaram significância estatística abaixo de 0,05.

Tabela 25: Regressão logística bivariada - Var Dependente (Reiteração), Var Independente (Votos quartis, valor quartis, ideologia, CNAE, Cobertura) – Cargo deputado federal

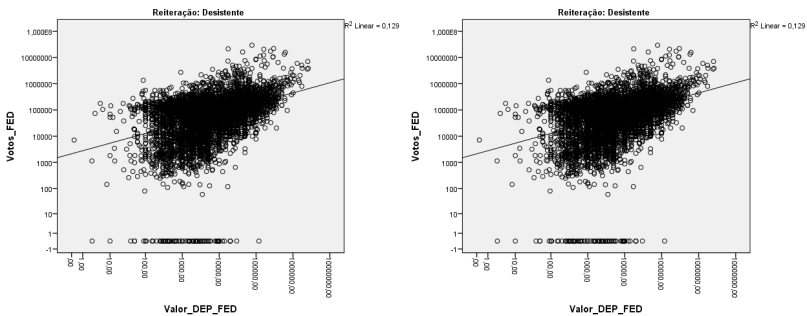
Variável Independente	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Votos_quartis			30,439	4	,000	
Votos 25%-50%	,228	,094	5,950	1	,015	1,256
Votos 50%-75%	,292	,093	9,830	1	,002	1,339
Votos 75%-90%	,533	,105	25,916	1	,000	1,704
Votos 90%-100%	,576	,130	19,600	1	,000	1,780
Valor_quartis			248,361	4	,000	
R\$ 25% - 50%	,606	,118	26,230	1	,000	1,833
R\$ 50% - 75%	1,097	,112	95,965	1	,000	2,994
R\$ 75% - 90%	1,379	,119	134,126	1	,000	3,972
R\$ 90% - 100%	1,806	,126	206,792	1	,000	6,085
Ideologia			65,496	6	,000	
Esquerda	-,043	,080	,291	1	,590	,958
Centro	,036	,143	,063	1	,801	1,037
Direita Esquerda	,506	,088	32,789	1	,000	1,658
Centro Esquerda	-,100	,327	,093	1	,760	,905
Centro Direita	,419	,154	7,405	1	,007	1,521
Dir. esq. centro	,992	,144	47,551	1	,000	2,696
CNAE			209,553	5	,000	
Comercio	,653	,085	58,599	1	,000	1,922
Construção	,865	,092	87,454	1	,000	2,375
Financeiro	,473	,164	8,271	1	,004	1,605
Inf. & Comunic.	,745	,137	29,582	1	,000	2,106
Indústria	1,126	,080	196,238	1	,000	3,084
Cobertura_faixas			26,931	4	,000	
2 candidatos	,160	,102	2,451	1	,117	1,173
3 -5 candidatos	,646	,150	18,678	1	,000	1,909
6- 10 candidatos	-,022	,173	,016	1	,901	,979
Acima 10 candidatos	-,201	,182	1,218	1	,270	,818
Constant	-3,472	,125	772,355	1	,000	,031

a. Variable(s) entered on step 1: Votos\_quartis, Valor\_quartis, Ideologia, CNAE, Cobertura\_faixas. CNAE: 1' "Outros" 2' "Comércio" 3' "Construção" 4' "Financeiro" 5' "Informação e comunicação" 6' "Indústria" IDEOLOGIA: 1 "Direita" 2 "Esquerda" 3 "Centro" 4 "Direita esquerda" 5 "Esquerda e centro" 6 "Direita e centro" 7 "Direita esquerda centro".v COBERTURA: 1 "1 candidatura" 2 "2 candidaturas" 3 "3 a 5 candidaturas" 4 "6 a 10 candidaturas" 5 "Acima 10 candidaturas"

Digno de nota neste caso a variável recursos. Dentre financiadores situados na última faixa de gastos (acima de R\$ 85 mil) as chances de reiteração são as maiores registradas, chegando a 6 vezes mais em relação a financiadores que investiram recursos mais modestos no processo eleitoral. As demais variáveis apresentaram escores semelhantes aos relatados acima.

O gráfico abaixo ilustra o resultado da regressão linear. O teste apresentou significância estatística nos dois casos, mas, note-se que a força da dependência ( $R^2$ ) entre recursos e o número de votos é maior entre os reiterados. Nestes o grau de associação entre as variáveis observado foi forte 0,603, ao passo que dentre os desistentes mais fraco (0,306) embora presente.

Gráfico 23: Regressão linear votos (log) segundo recursos investidos (log) por financiador controlada a reiteração. Modelo aplicado ao cargo de deputado federal



Coefficientes

Reiteração	Modelo	Coefficientes não padronizados		Coefficientes padronizados	t	Sig.
		B	Desvio padrão	Beta		
Desistente	1 (Constant)	134098,981	9976,324		13,442	,000
	Valor_DEP_FED	2,303	,098	,272	23,523	,000
Reiterou	1 (Constant)	215785,063	11391,891		18,942	,000
	Valor_DEP_FED	1,019	,022	,730	45,550	,000

a. Variável Dependente: Votes\_FED Fonte: Autor com base em dados do TSE

Ao teste de regressão linear simples entre número de votos e recursos empregados tem-se o resultado que segue. Financiadores reiterados foram mais eficientes, investindo R\$ 1,00 por voto, ao passo que desistentes empregaram R\$ 2,30 por voto conforme *output* abaixo. Evidencia-se, assim, que financiadores reiterados tiveram um maior aproveitamento de recursos por voto obtido no somatório de seus patrocinados.

Registre-se, porém, que o teste em particular (que indicaria o efeito da expertise) será realizado no modelo em que se testa reiterados e nova-

tos tendo como base a eleição de 2014, teste que será realizado no capítulo que segue.

### **3.3.1.6 Modelo aplicado ao cargo de deputado estadual**

Por fim, cabe apresentar o resultado para o teste de regressão logística bivariada para o cargo de deputado estadual. A amostra neste caso abrange 12.770 financiadores (CNPJs) que doaram recursos para o cargo. Os quadros em destaque referem-se às variáveis que apresentaram significância estatística no modelo. Todas as demais se situaram acima de padrões aceitáveis de significância estatística ( $\text{sign.} \leq 0,05$ ).

O modelo de análise de regressão logística como um todo se mostra estatisticamente significativo (significância de 0,00 no teste do qui-quadrado), “explicando” (Nagelkerke R Square) 18,7% da variação da variável dependente. O modelo mostra-se razoavelmente bom, com predição de 97,5% dos valores para os financiadores desistentes e 17% para os financiadores reiterados. No conjunto, o índice de predição é de 83,4% dos casos.

Todas as variáveis apresentaram significância estatística no modelo. Os escores de razão de chances são similares aos modelos anteriores. Destacando-se neste caso a variável ideologia na qual se identificou escores de razão de chances maiores (5,5 vezes) do que nos modelos anteriores nos casos em que o financiador aportou recursos para todas as ideologias. Além disso, no que tange a variável cobertura, que se refere ao número de candidatos a deputado estadual patrocinados, observou-se que quando o financiador patrocinou mais de 10 candidatos a razão de chances de que ocorra a reiteração foram menores em relação àqueles financiadores que doaram exclusivamente para um único candidato.

Tabela 26: Regressão logística bivariada – Var Dependente (Reiteração), Var Independente (Votos quartis, valor quartis, ideologia, CNAE, Cobertura) – Cargo deputado estadual

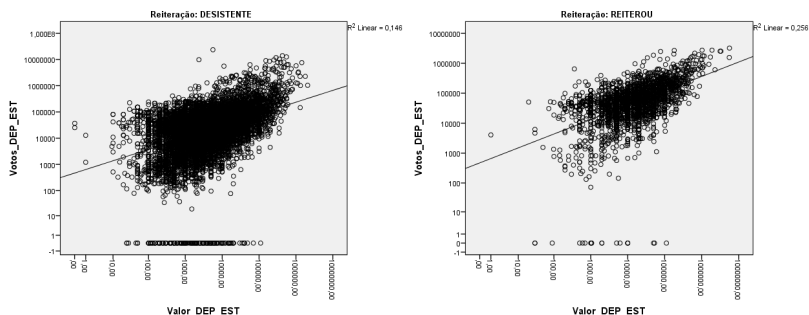
Variável Independente	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Votos_quartis			63,702	4	,000	
Votos 25%-50%	,302	,084	12,876	1	,000	1,353
Votos 50%-75%	,548	,082	45,089	1	,000	1,730
Votos 75%-90%	,532	,092	33,340	1	,000	1,702
Votos 90%-100%	,746	,111	45,274	1	,000	2,108
Valor_quartis			218,391	4	,000	
R\$ 25% - 50%	,428	,085	25,241	1	,000	1,534
R\$ 50% - 75%	,744	,087	72,322	1	,000	2,103
R\$ 75% - 90%	1,094	,092	142,119	1	,000	2,986
R\$ 90% - 100%	1,395	,108	167,108	1	,000	4,036
Ideologia			243,120	6	,000	
Esquerda	,026	,066	,157	1	,692	1,027
Centro	-,021	,111	,037	1	,848	,979
Direita Esquerda	1,002	,081	153,296	1	,000	2,724
Centro Esquerda	,737	,264	7,772	1	,005	2,090
Centro Direita	,767	,143	28,675	1	,000	2,153
Dir. esq. centro	1,706	,137	155,749	1	,000	5,509
CNAE			205,168	5	,000	
Comercio	,437	,073	35,548	1	,000	1,548
Construção	,843	,082	105,102	1	,000	2,323
Financeiro	,581	,169	11,779	1	,001	1,788
Inf. & Comunic.	,611	,122	24,962	1	,000	1,841
Indústria	,967	,073	176,501	1	,000	2,630
Cobertura_faixas			72,762	4	,000	
2 candidatos	,060	,090	,442	1	,506	1,062
3 -5 candidatos	,161	,134	1,439	1	,230	1,175
6- 10 candidatos	-,188	,154	1,492	1	,222	,829
Acima 10 candidatos	-1,176	,160	54,250	1	,000	,308
Constant	-3,356	,100	1117,460	1	,000	,035

a. Variable(s) entered on step 1: Votos\_quartis, Valor\_quartis, Ideologia, CNAE, Cobertura\_faixas. CNAE: 1 "Outros" 2 "Comércio" 3 "Construção" 4 "Financeiro" 5 "Informação e comunicação" 6 "Indústria" IDEOLOGIA: 1 "Direita" 2 "Esquerda" 3 "Centro" 4 "Direita esquerda" 5 "Esquerda e centro" 6 "Direita e centro" 7 "Direita esquerda centro".v COBERTURA: 1 "1 candidatura" 2 "2 candidaturas" 3 "3 a 5 candidaturas" 4 "6 a 10 candidaturas" 5 "Acima 10 candidaturas"

O teste de regressão linear apresentou significância estatística para desistentes e reiterados, identificando-se conforme gráfico de dispersão abaixo, um maior grau de associação  $R^2$  entre votos e recursos eleitorais para financiadores reiterados (0,422)



Gráfico 24: Regressão linear votos (log) segundo recursos investidos (log) por financiador controlada a reiteração. Modelo aplicado ao cargo de deputado estadual



Coefficientes

Reiteração	Modelo	Coeficientes não padronizados		Coeficientes padronizados	t	Sig.
		B	Desvio Padrão	Beta		
DESISTENTE	1 (Constant)	39088,595	4709,597		8,300	,000
	Valor_DEP_EST	2,756	,067	,373	41,205	,000
REITEROU	1 (Constant)	78699,058	4064,587		19,362	,000
	Valor_DEP_EST	,667	,017	,649	40,404	,000

a. Dependent Variable: Votos\_DEP\_EST – Fonte: Autor com base em dados do TSE

O teste de regressão linear revela que financiadores reiterados tiveram um maior aproveitamento de recursos por voto obtido no somatório de seus candidatos a deputado estadual patrocinados, enquanto financiadores reiterados dispenderam R\$ 0,66 por voto, o dispêndio para financiadores desistentes foi maior, estimando-se em R\$ 2,75.

### 3.4 Sumarização dos dados e discussão preliminar dos resultados

Apresentados os dados para o conjunto da amostra e segundo doações realizadas para cada um dos cargos em disputa, segue quadro comparativo entre os cinco modelos apresentados. Com relação ao valor preditivo de cada conjunto, o modelo com os dados para o cargo de senador é o mais consistente, explicando 25,1% da variação total (*Nagelkerke R Square*). Contudo, é a amostra com todo o conjunto de financiadores para todos os cargos que apresentou a maior predição (84,2%) é ele

também o modelo que apresenta o maior número de variáveis dotadas de significância estatística.

No que diz respeito aos valores beta, indicativos da variação das razões de chance expressas nas variáveis, cabe discutir os resultados por variável:

- i) *Reiteração versus votos*: os dados são bastante homogêneos independentemente da amostra, no geral, financiadores situados dentre aqueles que atingiram as maiores faixas de votos apresentaram chances maiores de reiteração variando de 2,1 a 1,7 vezes mais e relação a financiadores situados na faixa inferior de votos.
- ii) *Reiteração versus valores doados*: neste caso quando observados os financiadores que doaram para o cargo de senador identificou-se 2 vezes mais chances de reiteração, o menor valor comparado com as outras amostras. A maior diferença registrou-se dentre os financiadores para o cargo de deputado federal, dentre os quais, para aqueles que doaram na maior faixa de recursos identificou-se chances até 6 vezes maiores da ocorrência de reiteração.
- iii) *Reiteração versus ideologia*: quando observada a variável ideologia, foi no cargo de deputado estadual que se observou a maior variação. Financiadores que patrocinaram partidos e/ou candidatos a deputado estadual de todas as ideologias possuem neste caso até 5,5 vezes mais chances de reiterar.
- iv) *Reiteração versus setor econômico - CNAE*: observado o setor econômico do financiador percebeu-se uma pequena variação com relação as chances de reiteração a depender do cargo patrocinado. Para o cargo de governador as maiores chances de reiteração (2,5 vezes) observaram-se nos empresários do setor industrial. Neste caso os setores do comércio (1,5) e construção (1,8) também tiveram mais chances de reiterar. Para financiadores que doaram para o cargo de senador, as maiores chances de reiteração estiveram em financiadores do setor de construção chegando a 3,6 vezes mais. Para o cargo de deputado federal e estadual as maiores chances de reiteração observaram-se entre financiadores do setor industrial, respectivamente (3 e 2,6 vezes mais).
- v) *Reiteração versus número de candidatas financiadas*: ao controlar o número de cargos financiados observou-se que no limite de até dez candidatos financiados por doador (CNPJ) há um incremento estatístico nas razões de chances de que ocorra a reiteração, a partir deste número, os modelos deixam de ser estatisticamente significativos (possivelmente pelo baixo n. de cnpps que enquadram-se nesta faixa de candidaturas financiadas que não chega a 5% dos casos totais como já visto) ou como observado para o cargo de deputado estadual, a taxa de reiteração passa a ser menor do que um, indicando chances menores de que ocorra a reiteração em comparação com a variável de controle (uma candidatura).

Tabela 27: Sumarização resultados regressão logística bivariada - Todas amostras modelo 1

Cargo	Conjunto amostra	governador	senador	Dep Federal	Dep. Estadual
VARIÁVEL INDEP	Exp(B)	Exp(B)	Exp(B)	Exp(B)	Exp(B)
Votos 25%-50%	*1,501				* 1,353
Votos 50%-75%	*1,722			** 1,339	* 1,730
Votos 75%-90%	*1,874			* 1,704	* 1,702
Votos 90%-100%	*2,141	*** 1,785		* 1,780	* 2,108
R\$ 25% - 50%	*1,676	*1,856	** 1,757	* 1,833	* 1,534
R\$ 50% - 75%	*2,224	*3,022	* 2,127	* 2,994	* 2,103
R\$ 75% - 90%	*3,050	*3,899	* 2,169	* 3,972	* 2,986
R\$ 90% - 100%	*4,860	*4,238	* 2,097	* 6,085	* 4,036

Esquerda					
Centro					
Direita Esquerda	* 1,344	* 2,507	* 2,413	* 1,658	* 2,724
Centro Esquerda					** 2,090
Centro Direita		*** 1,995	*** 2,380	*** 1,521	* 2,153
Dir. esq. centro	* 2,203	* 2,678	* 2,825	* 2,696	* 5,509
Comercio	* 1,631	*** 1,539	** 1,940	* 1,922	* 1,548
Construção	* 2,201	* 1,894	* 3,666	* 2,375	* 2,323
Financeiro	** 1,480		*** 2,333	*** 1,605	** 1,788
Inf. & Comunic.	* 1,758			* 2,106	* 1,841
Indústria	* 2,604	* 2,502	* 2,887	* 3,084	* 2,630
2 candidatos	* 1,384				
3 -5 candidatos	* 1,893			* 1,909	
6- 10 candidatos	* 2,057				
Acima 10 candidatos					* ,308
Nagelkerke R Square	17,8	23%	25,1%	22%	18,7%
Predição	84,3%	73,3%	72,6%	81,4%	83,4%
Rs/Voto Desistente	12,15	2,84	-4,48	2,30	2,75
Rs/Voto Reiterado	4,70	3,87	10,49	1,01	0,66

\*\*\* sig < 0,05 \*\* sig < 0,01\* sig 0,000 – Fonte: Autor com base em dados do TSE

Retomando-se as hipóteses testadas neste modelo de regressão logística bivariada, pode-se inferir a partir dos testes realizados que financiadores desistiram ou reiteraram em função:

- dos resultados - financiadores mais bem sucedidos tem quase duas vezes mais chances de reiterar do que financiadores mal sucedidos em relação à votação de seus patrocinados;
- dos recursos investidos - financiadores que investiram mais recursos, chegam a possuir seis vezes mais chances de reiterar em comparação com financiadores que investiram menos;
- do número de candidatos e ideologia financiados - não é possível afirmar que uma ideologia específica aumente as chances de reiterar/desistir. Porém a variável revelou que financiadores que apresentaram um perfil desvinculado - financiando mais de um cargo e mais de uma ideologia - possuem maiores chances de reiterar (até 5,5 vezes mais) em relação a financiadores que financiaram apenas um candidato ou ideologia;
- do setor econômico - financiadores do setor industrial chegam a possuir três vezes mais chances de reiterar em relação a setores diversos/outros, e financiadores dos setores de construção chegam a ter 3,6 vezes mais chances de reiterar (cargo senador).

Finalmente, o modelo de regressão linear apontou que a relação de dependência entre votos e recursos é mais forte para financiadores reiterados e que financiadores desistentes e que financiadores novatos tiveram que empregar mais recursos por voto do que financiadores que vieram a reiterar no ciclo seguinte, sugerindo que aqueles financiadores que vieram a reiterar no ciclo seguinte (2014) tiveram um maior aproveitamento de recursos em comparação com aqueles que desistiram do engajamento financeiro eleitoral.

## Capítulo 4

### **A reiteração como fator de sucesso eleitoral do financiamento de campanhas na eleição de 2014**

No capítulo anterior discutiu-se que a reiteração na manutenção do financiamento, ou a sua desistência, podem ser explicadas pelo (in)sucesso eleitoral obtido pelos patrocinados pelo financiador no pleito de 2010. Nesta seção espera-se responder se efetivamente, como visto nos testes preliminares apresentados supra se *a reiteração no financiamento entre diferentes ciclos eleitorais tem impacto positivo no desempenho eleitoral do financiador no ciclo seguinte, ou seja, na eleição de 2014*. Em trabalhos anteriores este tipo de análise já foi sugerido por Mancuso (2007; 2012) e Figueiredo Filho (2005).

Espera-se identificar, em outras palavras, se no geral, financiadores reiterados logram eleger mais candidatos, ou acumulam mais votos<sup>1</sup> do que financiadores não reiterados naquela eleição em que se efetivou a reiteração, ou seja, a diferença da abordagem executada no capítulo anterior é que ali se testou se o resultado de 2010 influenciou na decisão de reiterar em 2014. Neste capítulo quer se saber se o fato de um financiador ter reiterado levou a melhores resultados. Dito em outros termos: No capítulo anterior respondeu-se porque o financiador reitera ou não, e neste capítulo responderemos se a reiteração causa melhor desempenho

---

<sup>1</sup> Veja-se que o n. de votos não é moeda política desprezível, pois candidatos bem votados se qualificam (cacifam) para a ocupação de cargos públicos e importantes espaços de influência política (secretarias, ministérios, diretorias, etc). O atual presidente do Brasil, Michel Temer, não foi eleito em sua primeira eleição para deputado federal em 1987, sendo alçado em um segundo momento da condição de suplente (não eleito) para a condição de deputado. Do mesmo modo o número de ocupantes (suplentes) da cadeira de deputado federal cresce a cada legislatura indicando que os suplentes mais e mais tem sido alçados a condição de deputados na dança de cadeiras dos espaço políticos de influência.

eleitoral do financiador comparado aos financiadores de primeira viagem.

Esta abordagem inova na literatura, pelo que temos registro, ao inserir a variável reiteração, mas também porque considera o nível de sucesso dos financiadores em diferentes contextos, agregando em torno das empresas financiadoras, por CNPJ, o conjunto de dados relativos ao financiamento efetuado. Portanto, a unidade de análise deixa de ser o candidato, ou o partido, e passa a ser a empresa.

Evidente que se adota como premissa o interesse do financiador em que o candidato para o qual doe seus recursos logre êxito eleitoral. Deste ponto de partida adota-se a hipótese de que candidatos reiterados, por serem veteranos no mercado do financiamento eleitoral acumulam maior experiência neste processo e, portanto, são possuidores de maiores taxas de desempenho com seus candidatos patrocinados do que financiadores não reiterados ou menos experientes no mercado de financiamento eleitoral, portanto a hipótese é de que:

*Reiterados acumulam expertise e seus patrocinados possuem maior êxito eleitoral do que novatos em matéria de financiamento eleitoral. Como hipóteses secundárias entram a importância que ideologia, setor econômico e que os valores doados representam no resultado eleitoral.*

Neste modelo trabalha-se com a ideia de que se a reiteração importar no sucesso eleitoral dos candidatos e partidos patrocinados *então* ficará reforçado o aspecto de que o financiamento eleitoral poder-se-ia constituir em modalidade de investimento financeiro no mercado eleitoral (SPECK, SAMUELS, PRZEWORSKI). Nesse corolário a presença de reiteração em escores importantes poderia traduzir a tendência para a criação de entraves neste mercado, por mais contrassenso que possa parecer. Isto porque *grandes financiadores devem ou vão buscar proteger a relação de influência constituída com seus patrocinados aumentando ou mantendo valores elevados de financiamento inibindo/restringindo assim a entrada de novos atores (empresas) neste mercado.*

Nesse sentido, a reiteração é indicativa de que o p financiador *i*) obteve êxito na conversão de suas fichas simbólicas (dinheiro) em influência política; e *ii*) vai atuar para manter a cotação inicial de suas fichas simbólicas, o que se traduziria em desempenho eleitoral acima daquele obtido por financiadores novatos em 2014.

O trabalho de Fonseca (2017) adota premissas semelhantes às sustentadas nesta tese. Analisando os supostos presentes nos estudos que pretendem testar a motivação de financiadores empresariais, enuncia que um destes supostos é a ideia de que os financiadores esperam ser recompensados no futuro. Porém, o pesquisador questiona os fatores que levariam uma empresa a confiar no comprometimento dos atores políticos em recompensá-la no futuro, questionando se financiadores seriam tomadores de risco. Assim, afirma que acordos (para o financiamento eleitoral) são travados e cumpridos antes do mandato (eleição), e não necessariamente depois, como comumente supõe-se.

Empresas recebem valores contratuais maiores que os concorrentes porque pretendem doar para a coalizão durante as próximas eleições. Elas, esperase, não admitem correr grandes riscos e, por isso, se comprometem a creditar doações porque conquistaram contratos valiosos antes da corrida eleitoral. Isso não significa que devemos desvalidar a hipótese contemplada pela literatura, segundo a qual as empresas que doam para ganhadores receberiam vantagens no futuro (FONSECA, 2017, p. 34)

O pesquisador continua afirmando que uma empresa que faz doações antes do novo mandato pode estabelecer laços de confiança com atores políticos em longo prazo:

Após as eleições, governos poderiam quebrar acordos, favorecendo os concorrentes dos doadores e, conseqüentemente, evitariam sofrer com a carência de fornecedores de produtos e serviços (modelo pós-eleitoral). Por outro lado, empresas seriam incentivadas a não quebrar contratos por iniciativa própria como forma de punição aos governos que descumprissem acordos. Isso porque organizações que pretendessem sancionar governos receberiam o mesmo ônus de sua repesaria: não poderiam exercer atividades

contratuais. Este quadro leva os doadores a não confiarem em recompensas futuras. (FONSECA, 2017, p. 35)

Embora no trabalho de Fonseca (2017), não tenha sido possível desprezar a hipótese concorrente defendida pela literatura, de que contribuições geram retornos contratuais no próximo mandato (ARVATE, BARBOSA & FUZITANI 2013; BOAS, HIDALGO & RICHARDSON 2014; OLIVEIRA & ARAÚJO 2013) a premissa contraposta pelo pesquisador ilustra que esse movimento poderia traduzir-se justamente na reiteração no financiamento ao longo do tempo – o que, entretanto, não foi objeto de teste pelo autor –, na qual, acordos são ajustados e quitados antes das eleições, gerando vínculos duradouros entre financiadores e competidores. Uma consequência da confirmação deste padrão seria acentuar a importância de uma regulação que impusesse tetos e limites de financiamento favorecendo a entrada de novos atores neste mercado com poder equânime de influência no mercado eleitoral.

Um exemplo deste tipo de regulação foi introduzido nos EUA a partir de 2002 quando houve nova alteração legislativa, por intermédio do *Bipartisan Campaign Reform Act-BCRA*, também conhecido como *McCain-Feingold Act*, que impôs novos limites à utilização de recursos privados nas campanhas eleitorais norte-americanas. De acordo com Godoy (2015) com estas alterações combate-se o uso do *soft money*, conjunto de recursos não alcançado pelas limitações das legislações anteriores e que abrange o levantamento e uso de fundos particulares, por parte dos partidos políticos. Nesse contexto, recursos privados são chamados de *soft money*, enquanto que recursos públicos, sobre os quais há um controle maior por parte do FEC, são denominados de *hard money*. O BCRA emendou o FECA que consolida as normas reguladoras do financiamento das campanhas políticas nos Estados Unidos. O BCRA fixou dois conceitos que são utilizados nos cálculos de limites de doações. Há a *base limit*, por intermédio do qual se calcula quanto um doador pode contribuir para um determinado candidato ou comitê, individualmente considerado. E há também o *aggregate limit*, por meio do qual se



calcula quanto o doador pode contribuir com um número total de candidatos ou comitês. Esse último referencial é restritivo e foi questionado na Suprema Corte norte-americana<sup>2</sup>. Neste caso, regulações tais como o *aggregate limit*, seriam um tipo de limitação a ser introduzida se verificados exagerados escores de reiteração. Segundo Godoy (2015, p. 7):

No *aggregate limit* determina-se quantos candidatos ou comitês pode um financiador de campanhas apoiar. Esse último limite foi questionado na Suprema Corte norte-americana, que o entendeu inconstitucional porque mitigaria o pleno exercício da liberdade de expressão. O *aggregate limit* tinha por objetivo não permitir que um doador contribuísse com um número ilimitado de candidatos, os quais iriam subsequentemente reunir os valores e encaminhá-los a um candidato único, que concorreria, assim, em desigualdade de condições com candidatos que não teriam utilizado esse esquema. Trata-se do traçado da *circumvention*. É justamente nesse modelo que se tem toda a raiz do problema

Em outros termos, o conjunto de especialistas que tratam do tema de financiamento eleitoral já denunciaram a excessiva concentração de capital existente no sistema de financiamento eleitoral privado, até a sua proibição no Brasil. Tais especialistas costumam apontar a imposição de tetos nos valores de doações como remédio para este mal. Entretanto, se os dados coligidos nesta tese de doutoramento indicarem também um número excessivo de empresas reiteradas, isso levaria a que, além da imposição de tetos para os valores doados, se limitasse também o núme-

---

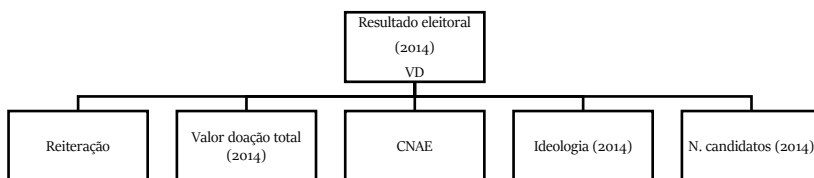
<sup>2</sup> O limite de doações por particulares para partidos e candidatos foi nos Estados Unidos fl exibilizado por conta de decisão de Suprema Corte no caso *McCutcheon v. FEC*, julgado em 2014. O autor da ação, Shaun McCutcheon, é um comerciante e engenheiro elétrico do estado do Alabama, ligado ao partido republicano. Dirigente da Coal-mount Electrical Development Corporation, McCutcheon fora estimulado para judicializar a questão dos limites às doações por Dan Backer, advogado ligado ao partido republicano. A Suprema Corte julgou o caso, opinando em favor de McCutcheon, com fundamento na primeira emenda à constituição norte-americana, que dispõe sobre a liberdade de expressão. McCutcheon questionou os *aggregate limits*, tal como f xados pelo BCRA. Desaf o comando legislativo que limitava o número de candidatos com os quais um doador poderia contribuir. No ciclo eleitoral de 2011-2012 McCutcheon contribui f nanceiramente com dezesseis candidatos que disputaram eleições federais. Sustentou que os *aggregate limits* limitavam e obstruíram substancialmente seu direito potestativo de expressar opinião política. Circunstancialmente, argumentou os *aggregate limits* não permitiram que contribuísse com outros doze candidatos, com cujas ideias e programas se identif cava. Pretendia continuar contribuindo, e queria fazê-lo, tão somente, com os referenciais dos *base limits* e não dos *aggregate limits*, cuja constitucionalidade impugnava. (GODOY, 2015, p. 14).

ro possível de candidatos financiados, evitando-se uma possível obstrução do chamado mercado de financiamento eleitoral.

O modelo apresentado no capítulo anterior forneceu informações acerca principalmente das razões que poderiam estimular a pertinência no financiamento eleitoral de empresas manifesto na reiteração do engajamento eleitoral. Demonstrou-se que os resultados eleitorais seriam explicativos da reiteração/desistência. Cabe saber se o modelo desenvolvido nesta seção deve confirmar e até mesmo reforçar estes dados ou não. Na medida em que o sucesso eleitoral daqueles já bem-sucedidos nos ciclos eleitorais anteriores tenderia a cristalizar o sistema de financiamento com algum nível de desestímulo a novos financiadores.

Nesta etapa (Modelo 2) a reiteração deixa de ser variável dependente (a ser explicada) e passa a ser a *variável explicativa do voto*. Neste modelo, portanto, a *variável dependente será o resultado eleitoral obtido pelo financiador em 2014*, testado em diferentes modelos (percentual de eleitos, número de eleitos total, e número de eleitos controlando-se por cargo) e as variáveis independentes serão a) reiteração b) o setor econômico – CNAE c) a ideologia e, d) valor doações (variável contínua) e ainda, e) a variável número de candidatos patrocinados, como variável de controle. Neste teste a unidade de observação será a empresa (CNPJ) com dados de 2014. O diagrama abaixo ilustra como esse modelo está estruturado:

Diagrama: Modelo 2 – Reiteração como variável dependente vs. variáveis independentes



Antes de apresentar o resultado obtido pela aplicação do método de regressão linear multivariada apresentam-se dados descritivos de cunho

exploratório para uma primeira aproximação dos dados. Abaixo se apresentam dados preliminares de cruzamentos realizados entre as variáveis mobilizadas para o teste estatístico pretendido neste capítulo. Estes dados auxiliam na interpretação final dos resultados apresentada mais adiante.

#### **4.1 Dados descritivos (exploratórios): sucesso investimento eleitoral do financiador e reiteração**

Esta seção adota como *unidade de análise a eleição de 2014* considerando todos os cargos em disputa com exceção do cargo de presidente da república. Além disso, não integram nesta análise as doações dirigidas a comitês e partidos, visto que impossibilitaria precisar a relação direta entre recursos doados e resultado, visto que o resultado eleitoral é dado individualizado, portanto, também o deve ser o recurso doado.

Vale recordar que o percentual de financiadores reiterados na eleição de 2014 alcançou a marca de quase 21,2% quando considerado o número de empresas reiteradas, e de 75% quando tomado o volume de recursos doado por estas empresas.

Nas páginas seguintes apresentam-se os dados relativos às variáveis que serão utilizadas neste modelo. Uma vez que a variável dependente a ser observada em função da reiteração nesta seção é o resultado eleitoral, os cruzamentos e testes descritivos serão realizados a partir desta variável controlando-se sempre pela reiteração. Além disso, serão exploradas as variáveis independentes, valor do financiamento (agregado por financiador), cargo, setor econômico (CNAE), e ideologia.

##### **4.1.1 Resultado eleitoral segundo recursos empregados e reiteração**

Nesta seção são apresentados os resultados do grau de associação/correlação e a variação presente nos resultados eleitorais segundo o investimento eleitoral realizado pelo financiador controlando-se pela reite-

ração no engajamento financeiro eleitoral. Para realização deste cruzamento as duas variáveis (votos e valor doação) foram categorizadas em 5 faixas, seguindo a distribuição natural em quartis com um corte no ultimo quartil com objetivo de identificar os casos mais discrepantes, em termos de votos e recursos. O quadro abaixo sumariza esta categorização.

Tabela 28: Recursos doados e votos acumulados por financiador em quartis - 2014

Percentual CNPJs	Valor Total Financiamento (R\$)	Percentual CNPJs	Valor Total Votos
10	0 a 800	10	0 a 4411
20	800 a 1500	20	4411 a 13267
25	1500 a 2000	25	13627 a 18454
30	2000 a 3000	30	18454 a 26399
40	3000 a 5000	40	26399 a 43858
50	5000 a 10000	50	43858 a 70823
60	10000 a 15000	60	70823 a 105819
70	15000 a 26066,6	70	105819 a 180157
75	26066,6 a 39180,55	75	180157 a 262210
80	39180,55 a 54048	80	262210 a 472457
90	54048 a 165000	90	472457 a 2412056

Fonte: Autor com base em dados do TSE

A tabela abaixo apresenta o resultado do cruzamento das variáveis resultado eleitoral (votos acumulados por cada financiador) com o valor total de recursos empregados pelo financiador, controlando-se pela reiteração.

Depreende-se do cruzamento realizado uma concentração de financiadores reiterados bem-sucedidos eleitoralmente no ultimo quartil de recursos (destaques na tabela), mais aguda em relação a financiadores novatos. Verifica-se que 61,9% dos financiadores que aportaram recursos na última faixa (neste caso acima de R\$ 165 mil) alcançaram as maiores somas de votos obtidos por seus patrocinados (acima de 2,4 milhões de votos). Já quando observados os financiadores não reiterados ou novatos o percentual de financiadores neste nesta posição da tabela é menor alcançando 27,9%.

Tabela 29: Votos totais por CNPJ segundo valor financiamento por quartis – Controlando-se por Reiterados e Novatos- 2014

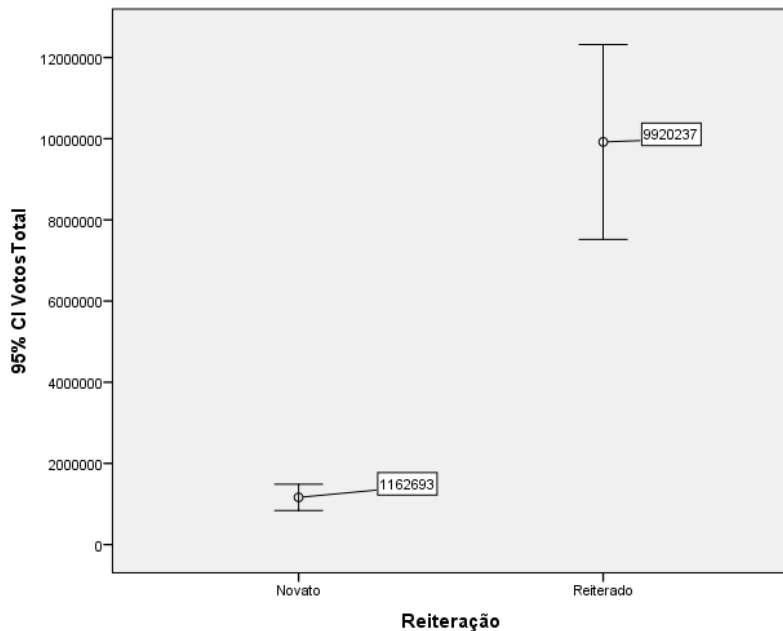
Reiteração	Votos	Valor Financiamento por quartis					Total
		1º Quartil	2º Quartil	3º quartil	4º quartil	Último decil	
Novato	1º Quartil	46,0%	37,3%	11,5%	4,2%	1,1%	100,0%
	2º Quartil	29,7%	36,0%	22,2%	10,9%	1,3%	100,0%
	3º quartil	22,3%	30,7%	24,0%	18,0%	5,1%	100,0%
	4º quartil	12,5%	19,6%	23,5%	26,5%	17,9%	100,0%
	Último decil	16,7%	22,0%	15,4%	17,9%	27,9%	100,0%
	Total	29,5%	32,0%	19,3%	13,1%	6,1%	100,0%
Reiterado	1º Quartil	38,1%	36,6%	16,1%	6,9%	2,2%	100,0%
	2º Quartil	18,3%	36,2%	26,0%	16,6%	2,8%	100,0%
	3º quartil	10,7%	25,0%	29,0%	25,6%	9,7%	100,0%
	4º quartil	3,6%	11,4%	19,1%	32,8%	33,1%	100,0%
	Último decil	4,0%	6,9%	10,1%	17,1%	61,9%	100,0%
	Total	11,9%	21,1%	20,7%	21,9%	24,3%	100,0%

Fonte: Autor com base em dados do TSE

A associação entre as variáveis é estatisticamente significativa ( $\text{sig}=0,000$ ) e forte ( $\text{Gamma } 0,596$ ) para financiadores reiterados. Para financiadores novatos a associação é moderada ( $\text{Gamma } 0,422$ ). Os dados sugerem, portanto, uma mais forte relação de dependência entre votos e recursos entre financiadores reiterados, ou seja, recursos renderam, estatisticamente, mais votos para financiadores reiterados do que para não reiterados.

Outro teste indicativo da relação de dependência entre as variáveis votos e recursos, controladas pela reiteração é o t de *student*. Para tanto, realizaram-se dois testes separadamente. No primeiro, reportado abaixo a variável reiteração é tomada como variável grupo de controle para apurar as diferenças na média de eleitos e votos. Em seguida, no segundo teste, a variável recursos empregados pelo financiador é que tem as médias comparadas a partir dos dois grupos de financiadores, reiterados e novatos.

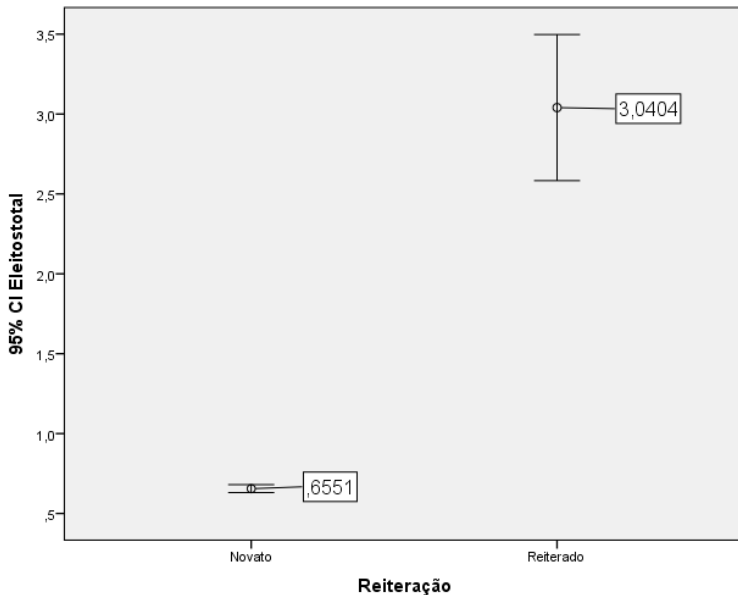
Gráfico 25: Teste t de student: Média votos totais e desvio padrão por CNPJ (2014) segundo reiteração



Fonte: Autor com base em dados do TSE

A partir do teste pode-se inferir que em média os financiadores reiterados tiveram mais votos (Média = 9,9 milhões, EP= 1224534) do que financiadores novatos (Média = 1,1 milhão, EP = 164986). Além disso, essa diferença foi significativa estatisticamente  $t(16803) = -12,92$ ,  $p > 0,000$ . Quando considerado o número de eleitos por CNPJ também há diferenças significativas. em média os financiadores reiterados elegeram mais (Média = 3,04, EP = ,233) do que financiadores novatos (Média = 0,66, EP = ,013). Essa diferença também foi significativa estatisticamente  $t(16803) = -19,221$ ,  $p > 0,000$ .

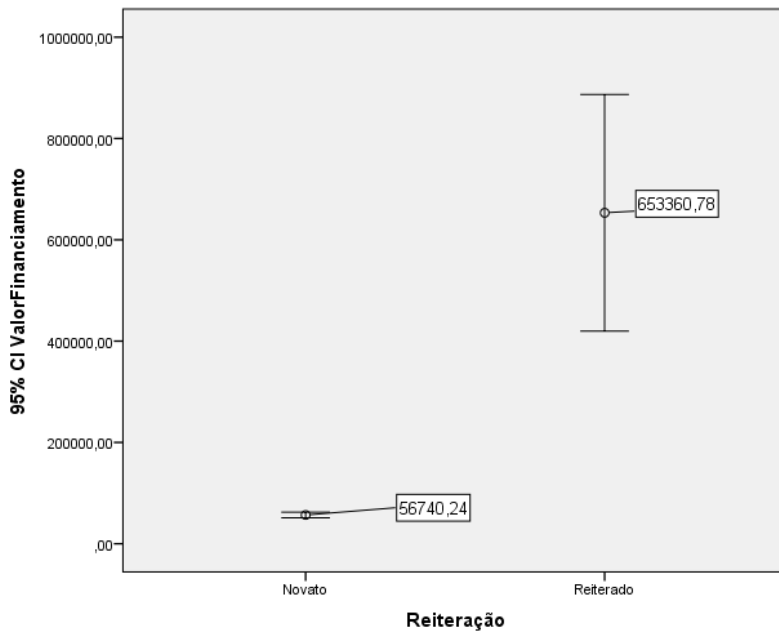
Gráfico 26: Teste t de student - Número médio de eleitos por CNPJ e desvio padrão (2014) segundo reiteração



Fonte: Autor com base em dados do TSE

No segundo teste compara-se a média de recursos utilizados por financiadores reiterados e não reiterados. Lembrando que se trabalha com o suposto de que financiadores reiterados obtém a) melhor resultado eleitoral, o que ficou evidenciado nos testes acima, e que, b) empregam mais recursos do que financiadores novatos, o que se evidencia abaixo:

Gráfico 27: Teste t de student: Média recursos totais (Rs) por CNPJ e desvio padrão (2014) segundo reiteração



Fonte: Autor com base em dados do TSE

A partir do teste pode-se inferir que em média os financiadores reiterados investiram mais recursos (Média = R\$ 653 mil, EP = 119140) do que financiadores novatos (Média = 56 mil, EP = 2836). Além disso, essa diferença foi significativa estatisticamente  $t(16803) = -9,57$ ,  $p > 0,000$ . Portanto, o teste t de *student* interpretado juntamente com os cruzamentos realizados acima fornecem indícios de que as hipóteses sustentadas nesta tese de doutoramento não devem ser descartadas como nulas, e que as variações tanto de votos, quanto de recursos podem ser explicadas pela reiteração no engajamento financeiro eleitoral<sup>3</sup>.

<sup>3</sup>Veja-se, não está a se afirmar que os votos ou recursos eleitorais explicam a reiteração, isto foi objeto da etapa anterior. Aqui testa-se o contrário, ou seja, se a reiteração no outro ciclo eleitoral (2014) leva a melhor desempenho eleitoral. Portanto, não há que se falar em causalidade em duplo sentido, pois são testes diferentes, efetuados para ciclos eleitorais distintos.



#### 4.1.2 Resultado eleitoral segundo cargo e reiteração

A soma de votos de um financiador deve variar dependendo do cargo, ou cargos, para os quais destinou seus recursos, isto é mais ou menos evidente. Cabe saber, entretanto, se a distribuição segue o mesmo padrão para os financiadores quando controlada a reiteração. Além disso, esta é uma importante variável de controle no modelo de regressão, controlando o efeito da votação a partir do tipo e quantidade de cargos financiados. No capítulo três foram apresentados os dados descritivos que informaram os cargos com maior concentração de financiadores. Doadores que financiaram todos os cargos em disputa responderam por 55% dos recursos em 2014, os quais, reiteraram em 62% dos casos em número de doadores.

Aqui cabe saber se há associação estatística entre o resultado eleitoral, cargo e reiteração. Realizado o cruzamento das variáveis cargo segundo a soma de votos acumulados pelos patrocinados dos financiadores, contrastando-se pela reiteração (*split file*) tem-se se os resultados apresentados na tabela abaixo. Os grifados em cinza ilustram todos os casos em que ser reiterados levou ao incremento nos votos. Veja-se que na maioria dos casos, independentemente do cargo é notável que reiterados fizessem mais votos em contraste com os financiadores novatos.

Tabela 30: Cruzamento financiador (CNPJ) por cargo e votos por quartis, controlando por reiterados e novatos - 2014

Cargo	Novatos					Reiterados				
	Soma de votos dos financiadores por quartis					Soma de votos dos financiadores por quartis				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Dep Est	42,4	37,8	17,6	2,1	,1	27,3	41,2	27,5	4,0	
Dep Est Dep Fed	7,9	15,1	43,3	31,2	2,6	2,3	7,2	44,6	43,4	2,5
Dep Est Dep Fed Gov		,6	2,6	38,5	58,3			2,0	26,0	72,1
Dep Est Dep Fed Gov Pres				11,8	88,2				11,4	88,6
Dep Est Dep Fed Gov Pres Sen					100				1,9	98,1
Dep Est Dep Fed Gov Sen				16,4	83,6				10,4	89,6
Dep Est Dep Fed Pres			34,8	56,5	8,7	4,2		25,0	62,5	8,3

Dep Est Dep Fed Pres Sen				66,7	33,3				27,3	72,7
Dep Est Dep Fed Sen	2,1	2,1	4,3	68,1	23,4			4,5	54,5	40,9
Dep Est Gov	,8	1,6	4,0	45,6	48,0		1,8	,9	40,9	56,4
Dep Est Gov Presidente					100					100,0
Dep Est Gov Presidente Sen				100		não				
Dep Est Gov Sem	7,1			7,1	85,7				23,1	76,9
Dep Est Presidente	37,5	37,5	25,0				50,0		50,0	
Dep Est Presidente Sen				100					100,0	
Dep Est Sem	3,4			82,8	13,8			10,5	68,4	21,1
Dep Fed	24,3	26,9	41,7	7,0	,1	12,7	21,5	51,6	14,2	
Dep Fed Gov			,9	40,9	58,2		1,4	5,5	39,7	53,4
Dep Fed Gov Presidente				20,0	80,0					100,0
Dep Fed Gov Presidente Sen				25,0	75,0					100,0
Dep Fed Gov Sem	7,7			23,1	69,2				12,5	87,5
Dep Fed Presidente		18,2	72,7	9,1				83,3	16,7	
Dep Fed Presidente Sen				50,0	50,0	não				
Dep Fed Sem	3,4	3,4	3,4	75,9	13,8			8,7	56,5	34,8
Gov	2,0	1,2	4,1	47,1	45,7	1,3	,3	4,8	51,6	42,0
Gov Presidente		12,5	12,5	12,5	62,5				37,5	62,5
Gov Presidente Sem				100						100,0
Gov Sem				32,1	67,9				22,7	77,3
Presidente	100					100				
Presidente Sem				50,0	50,0	não				
Sem	2,5	3,5	6,5	71,6	15,9		4,7	7,0	62,8	25,6
Total	28,8	27,2	24,5	12,6	7,0	11,3	16,9	26,8	23,9	21,1

Fonte: Autor com base em dados do TSE

O cruzamento entre as variáveis possui significância estatística tanto para reiterados quanto para financiadores novatos. Mas o grau de associação é mais forte (Coef. Contigência : 0,720) para reiterados, em comparação com financiadores novatos (Coef. Contigência 0,680).

Já o cruzamento dos cargos categorizados segundo natureza do cargo (legislativo/executivo) com resultado eleitoral apresentou distribuição

bastante homogênea entre os cargos no que tange aos votos, significando que não há diferenças importantes no que diz respeito ao cargo ser do legislativo ou executivo. Diferindo apenas no que tange ao conjunto de reiterados e novatos.

Tabela 31: Cruzamento financiadores (CNPJ) por cargo (legislativo/executivo) e votos por quartis, controlando por reiterados e novatos - 2014

Reiteração		Soma de votos dos financiadores por quartis				
		1º Quartil	2º Quartil	3º quartil	4º quartil	Último decil
Novato	Legislativo	28,7%	27,2%	24,4%	12,5%	7,1%
	Executivo	27,7%	26,7%	25,1%	13,6%	6,8%
	Executivo-Legislativo	30,8%	27,2%	24,7%	11,7%	5,5%
	Total	28,8%	27,2%	24,5%	12,6%	7,0%
Reiterado	Legislativo	11,6%	17,3%	26,9%	23,5%	20,7%
	Executivo	9,5%	15,1%	26,5%	23,7%	25,1%
	Executivo-Legislativo	9,7%	15,3%	25,3%	28,7%	21,0%
	Total	11,3%	16,9%	26,8%	23,9%	21,1%

Fonte: Autor com base em dados do TSE

Porém, o resultado não apresenta associação estatística significativa ( $p < 0,001$ ) para este teste.

#### 4.1.3 Resultado eleitoral segundo CNAE e reiteração

A tese tem um dos seus supostos apoiado na premissa de que o setor econômico é relevante para definir a taxa de sucesso eleitoral, o volume de recursos doados e a incidência de reiteração dos financiadores. Descreve-se a seguir alguns aspectos que podem ajudar a compreender melhor a relevância desta variável no modelo final testado nesta tese.

Em primeiro lugar, para facilitar a visualização da distribuição dos financiadores segundo os diferentes setores econômicos (CNAE) agregou-se a variável setor econômico pelas categorias mais relevantes, de modo a identificar-se a distribuição ilustrada abaixo. Perceba-se que tanto entre reiterados como dentre os novatos a concentração de financiadores dá-se nos setores industrial, comércio e de construção. No entanto, com uma concentração maior destes três setores quando obser-

vados os financiadores reiterados, caso em que indústria, comércio e construção representam 70% de todo o conjunto de financiadores.

Tabela 32: Distribuição financiadores (CNPJ) por CNAE segundo reiteração -2014

Reiteração		Frequency	Valid Percent
Novato	Industria	2068	15,7
	Comércio	3420	25,9
	Construção	1496	11,3
	Financeiro	343	2,6
	Informação e comunicação	640	4,8
	Outros	5247	39,7
Reiterado	Industria	1041	29,0
	Comércio	820	22,8
	Construção	657	18,3
	Financeiro	112	3,1
	Informação e comunicação	160	4,5
	Outros	801	22,3

Fonte: Autor com base em dados do TSE

Realizou-se o cruzamento das variáveis *votos* acumulados pelos financiadores e *setor econômico* (CNAE) controlando-se pela *reiteração* conforme ilustrado na tabela abaixo. O objetivo deste cruzamento é identificar a associação entre as variáveis e se a incidência da variável reiteração provoca alterações na distribuição de votos segundo setor econômico. A tabela 53 apresenta a comparação dos votos por quartis comparando o desempenho de novatos e reiterados nas colunas.

Dentre os financiadores novatos pode-se inferir na tabela que os setores econômicos de indústrias extrativistas, (40,7%); eletricidade e gás (38,9%); agrícola (30,4%); e financeiro são os setores com maior sucesso eleitoral, com financiadores deste setor situando-se nas maiores faixas de votação, representada no último quartil (4º quartil + último decil = correspondentes a votações acima 427 mil votos). Já quando observado o grupo de financiadores reiterados, a concentração de financiadores no último quartil de votos aumenta. Se apenas dois setores econômicos tinham financiadores em percentuais próximos a 40% na faixa mais acentuada de votos nos casos dos novatos, dentre os reiterados, metade de todos os setores econômicos tem mais de 40% de seus financiadores no último quartil, ou seja, somando mais de 162 mil votos. Os setores de

eletricidade e gás, água e esgoto, indústria extrativista, financeiro e construção tem mais da metade de seus financiadores situados na maior faixa de votos. O que indica que a reiteração importa para o sucesso eleitoral independentemente do setor econômico, ou que determinados setores econômicos reiteram mais e por isso tem melhor sucesso eleitoral. A associação entre as variáveis CNAE e Votos por quartis é baixa (*Coef. Contigência 0,223*) para o conjunto de candidatos não reiterados, e próximo de moderada (*Coef. Contigência 0,288*) para candidatos reiterados. Em ambos os casos a associação encontrada é estatisticamente significativa ( $p < 0,001$ ).

Tabela 33: Cruzamento entre votos totais por quartis acumulados por financiador e CNAE controlando por reiteração

CNAE	1 quartil		2 quartil		3 quartil		4 quartil		Ultimo decil	
	Reiter	Novat	Reiter	Novat	Reiter	Novat	Reiter	Novat	Reiter	Novat
AGRICULTURA	3,4%	11,4%	18,6%	23,4%	25,4%	34,8%	39,0%	22,2%	13,6%	8,2%
ÁGUA E ESGOTO	7,4%	24,6%	3,7%	27,9%	14,8%	19,7%	29,6%	16,4%	44,4%	11,5%
ALIMENTAÇÃO	20,0%	34,2%	11,4%	31,6%	45,7%	21,8%	5,7%	8,2%	17,1%	4,2%
ARTES,CULT,ESP.	12,5%	36,3%	25,0%	31,9%	25,0%	20,0%	20,8%	6,7%	16,7%	5,2%
ATIV IMOBILIARIA	13,1%	21,4%	16,4%	26,5%	44,3%	28,7%	16,4%	16,4%	9,8%	7,0%
ATIV. CIE E TÉC.	17,6%	31,1%	20,3%	27,5%	28,3%	24,1%	13,4%	10,0%	20,3%	7,3%
ATIV. FINANCEIRA	8,0%	13,4%	9,8%	25,4%	23,2%	32,1%	25,9%	17,2%	33,0%	12,0%
COMÉRCIO	10,6%	31,2%	21,5%	29,2%	29,0%	23,1%	25,7%	11,1%	13,2%	5,4%
CONSTRUÇÃO	5,9%	18,6%	14,2%	26,6%	26,0%	29,1%	23,9%	16,1%	30,0%	9,6%
EDUCAÇÃO		27,6%	17,4%	21,4%	30,4%	31,0%	30,4%	14,5%	21,7%	5,5%
ELETRIC E GÁS		2,8%		8,3%	18,2%	50,0%	27,3%	25,0%	54,5%	13,9%
IND. EXTRATIVAS	3,3%	12,8%	11,7%	23,3%	25,0%	23,3%	26,7%	20,9%	33,3%	19,8%
INDÚSTRIAS	11,4%	27,6%	14,2%	24,4%	24,1%	25,8%	26,1%	13,8%	24,3%	8,4%
INFO. E COMUN	26,3%	36,3%	15,6%	28,0%	25,0%	22,8%	24,4%	8,9%	8,8%	4,1%
OUTRAS ATIV	38,9%	35,9%	25,0%	18,5%	25,0%	18,2%	5,6%	18,7%	5,6%	8,7%
SAÚDE, S.SOCIAS	9,8%	31,2%	33,3%	35,4%	43,1%	22,4%	9,8%	6,5%	3,9%	4,5%
SERVIÇOS	12,3%	25,6%	19,0%	29,0%	25,8%	27,9%	19,0%	10,9%	23,9%	6,6%
TRANSPORTE	14,2%	26,3%	20,8%	28,3%	25,8%	24,6%	25,8%	13,7%	13,3%	7,1%

Fonte: Autor com base e dados do TSE

Uma vez que já é conhecido o efeito dos recursos financeiros sobre as taxas de sucesso eleitoral (MANCUSO, 2012; SPECK, 2012; PEIXOTO, 2010 FIGUEIREDO FILHO, 2010; HEILER, 2012) cabe identificar como se distribuem os financiadores por setor econômico segundo os recursos investidos, a fim de identificar a força do peso dessa variável no modelo final. Extrai-se da tabela abaixo obtida pelo cruzamento das variáveis

CNAE e Recursos empregados por quartis que a distribuição dos recursos é bem homogênea não possuindo variações de destaque pelo setor econômico, o que se traduz na associação desprezível entre as variáveis e não significativa estatisticamente ( $p > 0,05$ ).

#### 4.1.4 Resultado eleitoral segundo Ideologia e reiteração

Outro suposto adotado nesta tese é a premissa de que ao investir em determinadas ideologias o financiador aumenta sua chance de êxito logrando a eleição de seus patrocinados, ou seja, a ideologia também é relevante na definição dos resultados eleitorais. Deste modo, a primeira informação necessária para compreender a relevância da variável ideologia é identificar para quem, em se tratando de esquerda, centro ou direita os financiadores dirigem a maior parte dos seus recursos. O problema é que nem sempre um financiador doa para apenas um campo ideológico, o que dificulta um pouco este tipo de análise. Para resolver isso, uma das saídas metodológicas foi identificar a ideologia prevalente em termos financeiros, ou seja, identificou-se para qual campo ideológico cada um dos financiadores dirigiu a maioria dos seus recursos ao optar por financiar. Por exemplo, o Grupo Odebrecht financiou partidos e candidatos de todos os campos ideológicos. Então uma forma de computar essa doação é rotular este tipo de doação do ponto de vista ideológico como doação para *direita, esquerda e centro*. Porém isso ainda diz muito pouco sobre a estratégia de doação de cada financiador, para resolver isso buscando um refinamento do dado, identificou-se como a empresa distribuiu seus recursos dentre os diferentes campos ideológicos. Neste caso, por exemplo, a Odebrecht em 2014 dirigiu 3,1% dos recursos para partidos de centro, 32,7% para partidos de esquerda e, a maior parcela de seus recursos, 64% para partidos e candidatos de direita. Classificando-se, portanto, como um financiador cuja *ideologia dominante foi à direita*. Em alguns casos os campos ideológicos recebem proporções idênticas, o que é também informado na tabela abaixo. A primeira coluna ilustra simplesmente

quais ideologias receberam os recursos dos financiadores, e na segunda, controlando-se a distribuição dos recursos entre os diferentes campos ideológicos, apresenta-se a ideologia dominante.

Em qualquer dos dois sistemas de cômputo, partidos e candidatos de direita figuram como destino preferido dos recursos dos financiadores, porém, quando identificada a ideologia dominante é digno de nota o fato de que entre os financiadores reiterados 64,5% destinaram seus recursos de modo majoritário para a direita.

Tabela 34: Distribuição financiadores segundo ideologia e ideologia dominante controlada por reiteração

Reiteração	Ideologia	Ideologia		Ideologia Dominante (R\$)	
		N	%	N	%
Novato	Direita	7425	56,2	8069	61,1
	Esquerda	3586	27,1	3945	29,9
	Centro	948	7,2	1028	7,8
	Direita esquerda	779	5,9	92	0,7
	Esquerda e centro	39	0,3	1	0
	Direita e centro	212	1,6	79	0,6
	Direita esquerda centro	225	1,7		
	Total	13214	100	13214	
Reiterado	Direita	1582	44,1	2317	64,5
	Esquerda	650	18,1	974	27,1
	Centro	161	4,5	217	6
	Direita esquerda	739	20,6	78	2,2
	Esquerda e centro	27	0,8	2	0,1
	Direita e centro	123	3,4	3	0,1
	Direita esquerda centro	309	8,6		
	Total	3591	100	3591	

Fonte: Autor com base em dados do TSE

Identificada a distribuição de recursos por ideologia e por ideologia dominante realizou-se um cruzamento estatístico para cada uma dessas formas de tomar a ideologia. Primeiro, tomando simplesmente o conjunto de ideologias que receberam recursos de cada financiador, e em seguida observando-se a ideologia dominante.

Realizado o cruzamento entre as variáveis votos por quartis e ideologia identifica-se que quando a doação foi realizada para apenas um campo ideológico financiadores que destinaram seus recursos para a direita alcançaram maiores somas de votos, o que se reflete que 6,7% alcançaram o ultimo quartil quando doaram para a direita enquanto que

4,2% dentre os que doaram apenas para a esquerda (novatos). Estes percentuais são de 13,3% contra 7% quando considerados financiadores reiterados. De todo modo, os mais votados foram mesmo os financiadores que optaram por dirigir recursos para todos os espectros ideológicos chegando à soma de quase 60% no último quartil dentre os novatos e a mais de 90% quando considerados os reiterados. O que também informa que a reiteração foi importante para explicar as diferenças nos votos. A associação entre as variáveis é moderada para o grupo de novatos e próxima de substancial (*Coef. Contigência 0,482*) para o grupo de reiterados. Para ambos os grupos os resultados são estatisticamente significativos ( $p < 0,001$ ).

Tabela 35: Cruzamento distribuição dos financiadores por Ideologia e votos por quartis segundo reiterados e novatos (2014)

Reiteração		Ideologia		Soma de votos dos financiadores por quartis					Total
				1º Quartil	2º Quartil	3º quartil	4º quartil	Último decil	
Novato	Direita	30,9%	28,4%	23,7%	10,2%	6,7%	100,0%		
	Esquerda	28,7%	29,3%	26,7%	11,2%	4,2%	100,0%		
	Centro	37,2%	30,8%	23,2%	8,4%	,3%	100,0%		
	Direita esquerda	4,5%	10,8%	27,5%	35,3%	22,0%	100,0%		
	Esquerda e centro	7,7%	23,1%	38,5%	25,6%	5,1%	100,0%		
	Direita e centro	6,6%	15,1%	29,2%	34,4%	14,6%	100,0%		
	Direita esquerda centro	30,2%	6,2%	5,8%	28,9%	28,9%	100,0%		
		28,8%	27,2%	24,5%	12,6%	7,0%	100,0%		
Reiterado	Direita	13,5%	21,7%	30,4%	21,0%	13,3%	100,0%		
	Esquerda	20,0%	25,7%	32,8%	14,5%	7,1%	100,0%		
	Centro	23,6%	36,6%	28,0%	11,8%		100,0%		
	Direita esquerda	1,9%	4,1%	20,8%	37,5%	35,7%	100,0%		
	Esquerda e centro	7,4%	7,4%	37,0%	37,0%	11,1%	100,0%		
	Direita e centro	2,4%	2,4%	31,7%	37,4%	26,0%	100,0%		
	Direita esquerda centro	1,0%	,6%	6,1%	26,5%	65,7%	100,0%		
		11,3%	16,9%	26,8%	23,9%	21,1%	100,0%		

Fonte: Autor com base em dados do TSE

Ao realizar o mesmo cruzamento tomando-se a *ideologia dominante*, ou seja, aquele que recebeu proporcionalmente as maiores somas de recursos, chama a atenção que, neste caso, financiadores que dirigiram recursos majoritariamente para a direita foram aqueles que figuraram nos quartis superiores de votos. Contudo, a taxa de associação entre as



variáveis embora significativa estatisticamente é bastante baixa. Razão pela qual esta forma de tratar a variável foi descartada para o modelo final.

#### 4.2 Teste de hipóteses

Para atender aos objetivos deste trabalho apresentou-se acima uma análise preliminar de cunho exploratório das variáveis que entraram neste modelo. Nesta etapa colheu-se algumas evidências de que a hipótese sustentada neste trabalho se confirmaria, ou seja, que, em primeiro lugar a reiteração é uma variável que, a despeito de não haver sido utilizada até este momento na literatura, é estatisticamente relevante. Através de sua identificação e controle é possível perceber diferenças importantes e significativas estatisticamente nas outras variáveis controladas, em especial no resultado eleitoral e no valor do financiamento eleitoral.

Findada a análise descritiva na qual as variáveis independentes foram apresentadas e aproximadas por intermédio de associações e correlações diretas, têm-se já algumas pistas sobre a influência que a reiteração provoca nas outras variáveis, em especial sobre o sucesso eleitoral do financiador. Mas, estas pistas precisam ser verificadas através de um método mais sofisticado, neste caso, a análise multivariada que será realizada nesta seção, utilizando o modelo de regressão linear multivariada.

Esta etapa teve por objetivo geral identificar se a variável reiteração pode ser importante para entendimento das estratégias e dos motivos que levam o financiador a se engajar no processo eleitoral mobilizando seus recursos financeiros, testando a hipótese de que a reiteração importa nas taxas de sucesso do financiamento como modalidade de investimento financeiro eleitoral.

Para esta finalidade o modelo desenvolvido apresentou como *variável dependente*: o *resultado eleitoral* testado em diferentes modelos (percentual de eleitos, número de eleitos total, percentual de eleitos) e como *variáveis independentes*: a) *reiteração*; b) *valor total das doações*

(*variável contínua (variáveis dummy*); c) *ideologia (variáveis dummy*); d) *Setor econômico (variáveis dummy*); e) *cargo (legislativo/executivo)*; e f) *número de candidatos*. Neste teste a unidade de observação será a empresa (CNPJ) e todos os dados referem-se à eleição de 2014.

. Este modelo vai identificar as possíveis diferenças existentes entre financiadores reiterados e não reiterados em todos os aspectos. A principal hipótese é que financiadores reiterados teriam uma maior expertise traduzida em uma maior escore de patrocinados eleitos ou com melhor resultado numérico em votos. Para isso foram efetuados testes em dois níveis:

- 1) em um primeiro nível um modelo com todos os cargos em disputa, com exceção do cargo de presidente, experimentando a variável resultado eleitoral: i) pela *soma total de votos* alcançados pelos financiadores; ii) pelo número *total de candidatos eleitos* pelos financiadores; e iii) pelo *percentual de candidatos eleitos pelos financiadores*.
- 2) em um segundo nível utilizando a variável resultado eleitoral traduzida na *soma total de votos alcançados para cada um dos cargos* observados (governador, senador, deputado federal e deputado estadual/distrital). Ao final dos testes, uma tabela conterà o resultado de cada um dos testes de modo sumarizado.

A tabela abaixo pode auxiliar a compreender melhor o modelo 2 como um todo:

Tabela 36: Modelo regressão linear multivariada – Modelo 2

Submodelo	VD	VI	VI	VI	VI	VI
Todos cargos	Eleitos 2014	Reiteração	Valor R\$ 2014	CNAE	Ideologia 2014	N. cand 2014
	Votos 2014	Reiteração	Valor R\$ 2014	CNAE	Ideologia 2014	N. cand 2014
	% eleitos	Reiteração	Valor R\$ 2014	CNAE	Ideologia 2014	N. cand 2014
Governador	Votos 2014	Reiteração	Valor R\$ 2014	CNAE	Ideologia 2014	N. cand 2014
Senador	Votos 2014	Reiteração	Valor R\$ 2014	CNAE	Ideologia 2014	N. cand 2014
Dep Federal	Votos 2014	Reiteração	Valor R\$ 2014	CNAE	Ideologia 2014	N. cand 2014
Dep. Estadual	Votos 2014	Reiteração	Valor R\$ 2014	CNAE	Ideologia 2014	N. cand 2014

#### 4.2.1 Modelo utilizando por base todos os cargos

##### *i* – Total Eleitos vs. *reiteração/R\$/CNAE/Ideologia/Cargo*

Neste modelo foi realizada a regressão linear multivariada incluindo como *variável dependente* (a ser explicada) o *número total de candidatos eleitos* pelo financiador e como variáveis independentes (explicativas): a) *a reiteração* (*reiterado vs. novato*); b) *valor total do financiamento* (*variável contínua*); c) *Setor econômico* (*CNAE variáveis dummy*); d) *ideologia* (*variáveis dummy*); e) *cargo – legislativo/executivo* - (*variáveis dummy*); f) *o n. de candidatos financiados*.

O modelo foi rodado em seis estágios de hierarquia com a inclusão das variáveis independentes em sequência. No primeiro passo apenas a reiteração foi incluída como variável independente. O  $R^2$  ajustado observado neste caso foi baixo ficando em apenas 0,022, significando que o percentual explicativo da variável em relação ao resultado eleitoral é de apenas 2,2% (FIELD, 2013, p. 194). O modelo aponta a existência de correlação entre as duas variáveis ( $R/\text{Beta}$  0,147) e é estatisticamente significativo. Com a inclusão das demais variáveis o  $R^2$  ajustado aumenta bastante chegando a 0,915 com a inclusão de todas as variáveis.

O *output* do teste para este primeiro passo informa (Coeficiente *B*) que financiadores reiterados elegem 2,3 candidatos a mais em relação a financiadores não reiterados.

Com a inclusão do volume de investimento financeiro total despendido por cada financiador como variável independente o modelo passa a ter um  $R^2$  ajustado bastante robusto, explicando 74% da variação. Neste caso o efeito da reiteração decresce, e observa-se que quando controlados os recursos doados, financiadores reiterados logram eleger 1,3 candidatos a mais do que não reiterados. Este efeito cai para 1,2 com a inclusão do variável setor econômico e apresenta o valor de 0,68 com a inclusão das variáveis ideologia e cargo no modelo, incluindo-se a variável número de candidatos, como variável de controle o coeficiente *B* cai para 0,48, ou

seja, o tamanho do efeito decresce com a inclusão de outras variáveis, mas continua presente e estatisticamente significativo ( $\text{sig} < 0,000$ ) em todos os casos<sup>4</sup>.

No que diz respeito à variável valor total do financiamento, o modelo informa que cada R\$ 1 real investido pelos financiadores importa na eleição de  $1,705E-6$  (0,0000017) candidatos. Assim, multiplicando os dois escores por R\$ 1 milhão, pode-se dizer que a cada milhão investido há a eleição de 1,7 candidatos.

Tabela 37: R square regressão linear múltipla: VD: Total de Eleitos por Financiador  
VI: Reiteração; Valor Financiamento; CNAE; Ideologia; Cargo. N. Candidatos

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,147 <sup>a</sup>	,022	,021	6,594
2	,861 <sup>b</sup>	,742	,742	3,389
3	,862 <sup>c</sup>	,743	,743	3,382
4	,880 <sup>d</sup>	,774	,774	3,171
5	,880 <sup>e</sup>	,774	,774	3,171
6	,956 <sup>f</sup>	,915	,915	1,949

a. Predictors: (Constant), Reiteração

b. Predictors: (Constant), Reiteração, ValorFinanciamento

c. Predictors: (Constant), Reiteração, ValorFinanciamento, Informação e Comunicação vs. Outros, Financeiro vs. Outros, Construção vs. Outros, Indústria vs. Outros, Comércio vs. Outros

d. Predictors: (Constant), Reiteração, ValorFinanciamento, Informação e Comunicação vs. Outros, Financeiro vs. Outros, Construção vs. Outros, Indústria vs. Outros, Comércio vs. Outros, Esquerda e centro vs. Outros, Centro vs. Outros, Direita e centro vs. Outros, Esquerda vs. Outros, Direita esquerda centro vs. Outros, Direita esquerda vs. Outros

e. Predictors: (Constant), Reiteração, ValorFinanciamento, Informação e Comunicação vs. Outros, Financeiro vs. Outros, Construção vs. Outros, Indústria vs. Outros, Comércio vs. Outros, Esquerda e centro vs. Outros, Centro vs. Outros, Direita e centro vs. Outros, Esquerda vs. Outros, Direita esquerda centro vs. Outros, Direita esquerda vs. Outros, LEGISLATIVO VS. OUTROS, EXECUTIVO VS. OUTROS

f. Predictors: (Constant), Reiteração, ValorFinanciamento, Informação e Comunicação vs. Outros, Financeiro vs. Outros, Construção vs. Outros, Indústria vs. Outros, Comércio vs. Outros, Esquerda e centro vs. Outros, Centro vs. Outros, Direita e centro vs. Outros, Esquerda vs. Outros, Direita esquerda centro vs. Outros, Direita esquerda vs. Outros, LEGISLATIVO VS. OUTROS, EXECUTIVO VS. OUTROS, N.cand

<sup>4</sup> Esse resultado pode sugerir que financiadores que optam por doar para um número muito grande de candidatos podem assumir riscos maiores (de não eleger) e por isso apresentam taxas de desempenho inferiores em relação a candidatos que financiam um menor número de candidatos. Embora, em números absolutos, por apostarem em mais candidatos, eleggam um maior número de patrocinados, ou seja, doar para mais candidatos aumenta o n de eleitos bem como os votos finais, mas, diminui a eficiência do financiamento

Tabela 38: *Output* Regressão linear múltipla: VD: Total de Eleitos por Financiador  
 VI: Reiteração; Valor Financiamento; CNAE; Ideologia; Cargo. N. Candidatos

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,655	,057		11,421	,000
	Reiteração	2,385	,124	,147	19,221	,000
2	(Constant)	,558	,029		18,933	,000
	Reiteração	1,366	,064	,084	21,367	,000
	ValorFinanciamento	1,708E-6	,000	,851	216,356	,000
3	(Constant)	,455	,044		10,254	,000
	Reiteração	1,299	,065	,080	19,968	,000
	ValorFinanciamento	1,705E-6	,000	,850	216,293	,000
	Indústria vs. Outros	,251	,076	,015	3,310	,001
	Comércio vs. Outros	-,020	,068	-,001	-,297	,766
	Construção vs. Outros	,427	,086	,021	4,982	,000
	Financeiro vs. Outros	1,005	,165	,024	6,106	,000
	Informação e Comunicação vs. Outros	-,096	,127	-,003	-,757	,449
4	(Constant)	,305	,047		6,486	,000
	Reiteração	,687	,063	,042	10,887	,000
	ValorFinanciamento	1,640E-6	,000	,817	218,178	,000
	Indústria vs. Outros	,127	,071	,007	1,786	,074
	Comércio vs. Outros	,019	,064	,001	,295	,768
	Construção vs. Outros	,315	,080	,016	3,912	,000
	Financeiro vs. Outros	,769	,155	,019	4,973	,000
	Informação e Comunicação vs. Outros	-,060	,119	-,002	-,501	,616
	Esquerda vs. Outros	-,053	,059	-,003	-,904	,366
	Centro vs. Outros	-,143	,101	-,005	-,141	,158
	Direita esquerda vs. Outros	1,237	,091	,053	13,669	,000
	Esquerda e centro vs. Outros	,142	,392	,001	,363	,717
	Direita e centro vs. Outros	,924	,177	,019	5,218	,000
	Direita esquerda centro vs. Outros	6,793	,146	,179	46,507	,000
5	(Constant)	,331	,095		3,470	,001
	Reiteração	,686	,063	,042	10,870	,000
	ValorFinanciamento	1,640E-6	,000	,817	218,151	,000
	Indústria vs. Outros	,127	,071	,007	1,789	,074
	Comércio vs. Outros	,019	,064	,001	,297	,766
	Construção vs. Outros	,314	,080	,016	3,902	,000
	Financeiro vs. Outros	,770	,155	,019	4,981	,000
	Informação e Comunicação vs. Outros	-,060	,119	-,002	-,506	,613
	Esquerda vs. Outros	-,053	,059	-,003	-,904	,366
	Centro vs. Outros	-,142	,101	-,005	-,141	,159

	Direita esquerda vs. Outros	1,237	,091	,053	13,662	,000
	Esquerda e centro vs. Outros	,142	,392	,001	,363	,717
	Direita e centro vs. Outros	,923	,177	,019	5,209	,000
	Direita esquerda centro vs. Outros	6,793	,146	,179	46,506	,000
	LEGISLATIVO VS. OUTROS	-,034	,090	-,002	-,374	,708
	EXECUTIVO VS. OUTROS	,030	,119	,001	,250	,802
6	(Constant)	-,231	,059		-,3934	,000
	Reiteração	,486	,039	,030	12,521	,000
	ValorFinanciamento	-1,500E-7	,000	-,075	-12,801	,000
	Indústria vs. Outros	,180	,044	,010	4,104	,000
	Comércio vs. Outros	,036	,039	,002	,914	,361
	Construção vs. Outros	,096	,049	,005	1,932	,053
	Financeiro vs. Outros	,612	,095	,015	6,440	,000
	Informação e Comunicação vs. Outros	-,062	,073	-,002	-,846	,398
	Esquerda vs. Outros	-,016	,036	-,001	-,440	,660
	Centro vs. Outros	-,108	,062	-,004	-,1735	,083
	Direita esquerda vs. Outros	,295	,056	,013	5,272	,000
	Esquerda e centro vs. Outros	-,119	,241	-,001	-,492	,623
	Direita e centro vs. Outros	-,248	,109	-,005	-,2272	,023
	Direita esquerda centro vs. Outros	1,603	,095	,042	16,863	,000
	LEGISLATIVO VS. OUTROS	-,065	,055	-,004	-,1168	,243
	EXECUTIVO VS. OUTROS	,003	,073	,000	,036	,971
	N.cand	,278	,002	1,004	166,311	,000

a. Dependent Variable: EleitostotalFonte: Autor com base em dados do TSE

## ii – ***Votos total vs. reiteração/R\$/CNAE/Ideologia/Cargo***

Neste modelo foi realizada a regressão linear multivariada incluindo como variável dependente (a ser explicada) o *número total de votos obtidos pelo conjunto de candidatos patrocinados* pelo financiador e como variáveis independentes (explicativas): a) a reiteração (reiterado vs. novato); b) valor total do financiamento (variável contínua); c) Setor econômico (CNAE variáveis *dummy*); d) ideologia (variáveis *dummy*); e) cargo – legislativo/executivo - (variáveis *dummy*) e, f) número de candidatos financiados.

Quando incluída somente a variável reiteração no teste de regressão linear tem-se também neste formato um  $R^2$  ajustado bastante baixo,

ficando neste caso abaixo da casa de 1%. Porém o teste é significativo estatisticamente. O *output* do teste informa que *financiadores reiterados alcançam 8.7 milhões a mais de votos em relação a financiadores não reiterados*. Este efeito é reduzido na medida em que as outras variáveis são inseridas no modelo, no passo 5, a diferença de votos passa a ser de 2.4 milhões. No último passo, quando inserida a variável de controle número de candidatos financiados a *diferença de votos registrada entre financiadores reiterados e novatos é de 1,3 milhões em relação a financiadores novatos*, ou seja, estatisticamente, essa é a vantagem de votos apresentada por candidatos reiterados em relação a candidatos não reiterados no mercado de investimento eleitoral quando controladas outras variáveis. O teste é significativo estatisticamente ( $\text{sig} < 0,05$ ).

Notável que a mera inclusão da variável recursos financeiros investidos pelos financiadores eleva o  $R^2$  ajustado para 0,402, dando grande robustez ao modelo. O que se deve ao já observado efeitos dos recursos econômicos sobre o voto resultado eleitoral, como já observado pela literatura. O teste informa que controladas as outras variáveis, cada R\$ 1 real investido pelos financiadores leva a um incremento de 6,9 votos.

A variável setor econômico, assim como a variável cargo, não apresentaram significância estatística ( $p < 0,001$ ) no modelo. Já no que diz respeito à variável ideologia, identificou-se significância estatística na 4<sup>a</sup> e 5<sup>a</sup> etapa do teste de regressão linear. O resultado informa que financiadores que dirigiram seus recursos para direita e esquerda ou para direita, esquerda e centro de modo concomitante, tiveram mais votos do que financiadores que dirigiram seus recursos para outras ideologias ou combinações ideológicas, tal como esquerda e centro, por exemplo.

Tabela 39: R square Regressão linear múltipla: VD: Total de VOTOS por Financiador  
VI: Reiteração; Valor Financiamento; CNAE; Ideologia; Cargo. N. Candidatos

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,094 <sup>a</sup>	,009	,009	37858785,570
2	,634 <sup>b</sup>	,402	,401	29420152,617
3	,644 <sup>c</sup>	,415	,414	29104497,407
4	,644 <sup>d</sup>	,415	,415	29097068,239
5	,644 <sup>e</sup>	,415	,415	29097650,131
6	,728 <sup>f</sup>	,529	,529	26100184,670

a. Predictors: (Constant), Reiteração

b. Predictors: (Constant), Reiteração, ValorFinanciamento

c. Predictors: (Constant), Reiteração, ValorFinanciamento, Esquerda e centro vs. Outros, Centro vs. Outros, Direita e centro vs. Outros, Esquerda vs. Outros, Direita esquerda centro vs. Outros, Direita esquerda vs. Outros

d. Predictors: (Constant), Reiteração, ValorFinanciamento, Esquerda e centro vs. Outros, Centro vs. Outros, Direita e centro vs. Outros, Esquerda vs. Outros, Direita esquerda centro vs. Outros, Direita esquerda vs. Outros, Informação e Comunicação vs. Outros, Financeiro vs. Outros, Construção vs. Outros, Comércio vs. Outros, Indústria vs. Outros

e. Predictors: (Constant), Reiteração, ValorFinanciamento, Esquerda e centro vs. Outros, Centro vs. Outros, Direita e centro vs. Outros, Esquerda vs. Outros, Direita esquerda centro vs. Outros, Direita esquerda vs. Outros, Informação e Comunicação vs. Outros, Financeiro vs. Outros, Construção vs. Outros, Comércio vs. Outros, Indústria vs. Outros, LEGISLATIVO VS. OUTROS, EXECUTIVO VS. OUTROS

f. Predictors: (Constant), Reiteração, ValorFinanciamento, Esquerda e centro vs. Outros, Centro vs. Outros, Direita e centro vs. Outros, Esquerda vs. Outros, Direita esquerda centro vs. Outros, Direita esquerda vs. Outros, Informação e Comunicação vs. Outros, Financeiro vs. Outros, Construção vs. Outros, Comércio vs. Outros, Indústria vs. Outros, LEGISLATIVO VS. OUTROS, EXECUTIVO VS. OUTROS, N.cand

Tabela 40: Output Regressão linear múltipla: VD: Total de VOTOS por Financiador  
VI: Reiteração; Valor Financiamento; CNAE; Ideologia; Cargo. N. Candidatos

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1162692,593	329343,827		3,530	,000
	Reiteração	8757544,421	712460,979	,094	12,292	,000
2	(Constant)	754555,609	255963,395		2,948	,003
	Reiteração	4.466.005,991	555162,006	,048	8,045	,000
	ValorFinanciamento	7,193	,069	,628	104,989	,000
3	(Constant)	80797,711	322670,151		,250	,802
	Reiteração	2408860,415	571745,567	,026	4,213	,000
	ValorFinanciamento	6,948	,069	,607	100,725	,000
	Esquerda vs. Outros	350340,974	542380,404	,004	,646	,518
	Centro vs. Outros	-503044,510	926371,877	-,003	-,543	,587
	Direita esquerda vs. Outros	3022898,968	826920,905	,023	3,656	,000
	Esquerda e centro vs. Outros	-1168592,167	3598090,513	-,002	-,325	,745
	Direita e centro vs. Outros	1216526,356	1623154,795	,004	,749	,454
4	(Constant)	383492,348	432188,542		,887	,375
	Reiteração	2.429.925,586	579272,859	,026	4,195	,000



	ValorFinanciamento	6,944	,069	,607	100,642	,000
	Esquerda vs. Outros	288574,368	542664,451	,003	,532	,595
	Centro vs. Outros	-511509,828	926717,304	-,003	-,552	,581
	Direita esquerda vs. Outros	2897734,867	830514,146	,022	3,489	,000
	Esquerda e centro vs. Outros	-1326952,182	3598315,660	-,002	-,369	,712
	Direita e centro vs. Outros	1043810,289	1624946,499	,004	,642	,521
	Direita esquerda centro vs. Outros	25388653,095	1340316,515	,117	18,942	,000
	Indústria vs. Outros	-936724,684	653916,138	-,010	-1,432	,152
	Comércio vs. Outros	-982814,824	584270,918	-,011	-1,682	,093
	Construção vs. Outros	1255580,544	738436,889	,011	1,700	,089
	Financeiro vs. Outros	1740226,596	1418562,482	,007	1,227	,220
	Informação e Comunicação vs. Outros	-1212370,519	1095839,675	-,007	-1,106	,269
5	(Constant)	543899,593	875640,487		,621	,535
	Reiteração	2.417.714,603	579382,403	,026	4,173	,000
	ValorFinanciamento	6,943	,069	,606	100,624	,000
	Esquerda vs. Outros	291202,480	542749,710	,003	,537	,592
	Centro vs. Outros	-503863,783	927126,071	-,003	-,543	,587
	Direita esquerda vs. Outros	2890075,655	830557,824	,022	3,480	,001
	Esquerda e centro vs. Outros	-1319864,737	3598475,245	-,002	-,367	,714
	Direita e centro vs. Outros	1024015,166	1625073,810	,004	,630	,529
	Direita esquerda centro vs. Outros	25389361,221	1340353,408	,117	18,942	,000
	Indústria vs. Outros	-933237,214	653950,187	-,010	-1,427	,154
	Comércio vs. Outros	-980409,381	584287,374	-,011	-1,678	,093
	Construção vs. Outros	1246117,077	738517,459	,011	1,687	,092
	Financeiro vs. Outros	1759083,330	1418687,134	,008	1,240	,215
	Informação e Comunicação vs. Outros	-1216419,641	1095963,145	-,007	-1,110	,267
	LEGISLATIVO VS. OUTROS	-258382,920	825098,813	-,003	-,313	,754
	EXECUTIVO VS. OUTROS	645915,822	1093779,524	,005	,591	,555
6	(Constant)	-2347641,372	786741,130		-2,984	,003
	Reiteração	1.388.055,613	519947,925	,015	2,670	,008
	ValorFinanciamento	-2,264	,157	-,198	-14,432	,000
	Esquerda vs. Outros	483806,235	486848,230	,006	,994	,320
	Centro vs. Outros	-325541,055	831623,790	-,002	-,391	,695
	Direita esquerda vs. Outros	-1953113,692	748848,520	-,015	-2,608	,009
	Esquerda e centro vs. Outros	-2662362,822	3227850,349	-,004	-,825	,409
	Direita e centro vs. Outros	-4994725,825	1460711,779	-,018	-3,419	,001
	Direita esquerda centro vs. Outros	-1303651,874	1272857,289	-,006	-1,024	,306
	Indústria vs. Outros	-664285,748	586599,276	-,007	-1,132	,257
	Comércio vs. Outros	-893820,340	524099,346	-,010	-1,705	,088
	Construção vs. Outros	122901,806	662673,246	,001	,185	,853

Financeiro vs. Outros	945802,311	1272606,207	,004	,743	,457
Informação e Comunicação vs. Outros	-1225212,800	983063,603	-,007	-1,246	,213
LEGISLATIVO VS. OUTROS	-417301,982	740106,263	-,004	-,564	,573
EXECUTIVO VS. OUTROS	506262,201	981107,352	,004	,516	,606
N.cand	1432240,484	22426,203	,905	63,865	,000

a. Dependent Variable: VotosTotalFonte: Autor com base em dados do TSE

Com relação à variável de controle n. de candidatos financiados identificou-se que a cada novo candidato financiado há um acréscimo médio de 1,4 milhão de votos.

### ***iii - Percentual de candidatos eleitos vs. reiteração/R\$/CNAE/Ideologia/Cargo***

No último modelo que considera todo o conjunto dos candidatos a regressão linear multivariada foi realizada incluindo como variável dependente (a ser explicada) o *percentual de candidatos eleitos* pelo financiador e como variáveis independentes (explicativas): a) a reiteração (reiterado vs. novato); b) valor total do financiamento (variável contínua); c) Setor econômico (CNAE variáveis *dummy*); d) ideologia (variáveis *dummy*); e) cargo – legislativo/executivo - (variáveis *dummy*), e f) número de candidatos financiados.

Neste modelo chama a atenção o fato de que a variável setor econômico cujo resultado fora inconsistente e sem significância estatística nos modelos anteriores, passa a apresentar significância estatística ( $p < 0,001$ ) indicando, no 6º passo quando incluídas todas as variáveis, que o *setor financeiro* é aquele mais bem sucedido, quando mensurado o percentual de candidatos eleitos por este setor, dentre o universo de financiadores de outros setores. Em seguida outro setor que ganhou destaque no modelo foi o de *construção civil*, seguido pelo *setor industrial*. A variável reiteração também apresentou significância estatística, indicando que financiadores reiterados tem um maior percentual de

eleitos do que novatos. Mas o  $R^2$  ajustado do teste em geral foi bastante baixo não passando de 0,03 mesmo quando inseridas todas as variáveis.

Tabela 41: R square Regressão linear múltipla: VD: Percentual de eleitos por Financiador  
VI: Reiteração; Valor Financiamento; CNAE; Ideologia; Cargo. N. Candidatos

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,067 <sup>a</sup>	,004	,004	173,770
2	,067 <sup>b</sup>	,005	,004	173,772
3	,103 <sup>c</sup>	,011	,010	173,264
4	,121 <sup>d</sup>	,015	,014	172,952
5	,121 <sup>e</sup>	,015	,014	172,961
6	,168 <sup>f</sup>	,028	,027	171,774

a. Predictors: (Constant), Reiteração

b. Predictors: (Constant), Reiteração, ValorFinanciamento

c. Predictors: (Constant), Reiteração, ValorFinanciamento, Esquerda e centro vs. Outros, Centro vs. Outros, Direita e centro vs. Outros, Esquerda vs. Outros, Direita esquerda centro vs. Outros, Direita esquerda vs. Outros

d. Predictors: (Constant), Reiteração, ValorFinanciamento, Esquerda e centro vs. Outros, Centro vs. Outros, Direita e centro vs. Outros, Esquerda vs. Outros, Direita esquerda centro vs. Outros, Direita esquerda vs. Outros, Informação e Comunicação vs. Outros, Financeiro vs. Outros, Construção vs. Outros, Comércio vs. Outros, Indústria vs. Outros

e. Predictors: (Constant), Reiteração, ValorFinanciamento, Esquerda e centro vs. Outros, Centro vs. Outros, Direita e centro vs. Outros, Esquerda vs. Outros, Direita esquerda centro vs. Outros, Direita esquerda vs. Outros, Informação e Comunicação vs. Outros, Financeiro vs. Outros, Construção vs. Outros, Comércio vs. Outros, Indústria vs. Outros, LEGISLATIVO VS. OUTROS, EXECUTIVO VS. OUTROS

f. Predictors: (Constant), Reiteração, ValorFinanciamento, Esquerda e centro vs. Outros, Centro vs. Outros, Direita e centro vs. Outros, Esquerda vs. Outros, Direita esquerda centro vs. Outros, Direita esquerda vs. Outros, Informação e Comunicação vs. Outros, Financeiro vs. Outros, Construção vs. Outros, Comércio vs. Outros, Indústria vs. Outros, LEGISLATIVO VS. OUTROS, EXECUTIVO VS. OUTROS, N.cand

Tabela 42: *Output* Regressão linear múltipla: VD: Percentual de eleitos por Financiador  
VI: Reiteração; Valor Financiamento; CNAE; Ideologia; Cargo. N. Candidatos

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	262,315	1,512		173,527	,000
	Reiteração	28,435	3,270	,067	8,695	,000
2	(Constant)	262,333	1,512		173,517	,000
	Reiteração	28,624	3,279	,067	8,729	,000
	ValorFinanciamento	-3,183E-7	,000	-,006	-,787	,431
3	(Constant)	262,298	1,921		136,548	,000
	Reiteração	34,867	3,404	,082	10,244	,000
	ValorFinanciamento	1,649E-7	,000	,003	,402	,688
	Esquerda vs. Outros	13,557	3,229	,034	4,199	,000
	Centro vs. Outros	-20,168	5,515	-,029	-3,657	,000
	Direita esquerda vs. Outros	-10,565	4,923	-,017	-2,146	,032
Esquerda e centro vs. Outros	-40,791	21,420	-,015	-1,904	,057	

	Direita e centro vs. Outros	-40,422	9,663	-,032	-4,183	,000
	Direita esquerda centro vs. Outros	-48,891	7,974	-,049	-6,131	,000
4	(Constant)	260,434	2,569		101,379	,000
	Reiteração	33,048	3,443	,078	9,598	,000
	ValorFinanciamento	6,772E-8	,000	,001	,165	,869
	Esquerda vs. Outros	13,299	3,226	,033	4,123	,000
	Centro vs. Outros	-19,729	5,508	-,028	-3,582	,000
	Direita esquerda vs. Outros	-13,340	4,937	-,022	-2,702	,007
	Esquerda e centro vs. Outros	-44,095	21,388	-,016	-2,062	,039
	Direita e centro vs. Outros	-43,313	9,659	-,035	-4,484	,000
	Direita esquerda centro vs. Outros	-51,387	7,967	-,052	-6,450	,000
	Indústria vs. Outros	6,578	3,887	,015	1,692	,091
	Comércio vs. Outros	-4,498	3,473	-,011	-1,295	,195
	Construção vs. Outros	16,917	4,389	,032	3,854	,000
	Financeiro vs. Outros	47,831	8,432	,045	5,673	,000
	Informação e Comunicação vs. Outros	-17,590	6,514	-,022	-2,701	,007
5	(Constant)	258,059	5,205		49,580	,000
	Reiteração	33,055	3,444	,078	9,598	,000
	ValorFinanciamento	6,683E-8	,000	,001	,163	,871
	Esquerda vs. Outros	13,325	3,226	,033	4,130	,000
	Centro vs. Outros	-19,651	5,511	-,028	-3,566	,000
	Direita esquerda vs. Outros	-13,341	4,937	-,022	-2,702	,007
	Esquerda e centro vs. Outros	-44,022	21,390	-,016	-2,058	,040
	Direita e centro vs. Outros	-43,296	9,660	-,035	-4,482	,000
	Direita esquerda centro vs. Outros	-51,403	7,967	-,052	-6,452	,000
	Indústria vs. Outros	6,590	3,887	,015	1,695	,090
	Comércio vs. Outros	-4,495	3,473	-,011	-1,294	,196
	Construção vs. Outros	16,937	4,390	,033	3,858	,000
	Financeiro vs. Outros	47,833	8,433	,045	5,672	,000
	Informação e Comunicação vs. Outros	-17,544	6,515	-,021	-2,693	,007
	LEGISLATIVO VS. OUTROS	2,547	4,905	,005	,519	,604
	EXECUTIVO VS. OUTROS	2,717	6,502	,004	,418	,676
6	(Constant)	262,614	5,178		50,719	,000
	Reiteração	34,678	3,422	,082	10,134	,000
	ValorFinanciamento	1,457E-5	,000	,278	14,113	,000
	Esquerda vs. Outros	13,021	3,204	,032	4,064	,000
	Centro vs. Outros	-19,932	5,473	-,028	-3,642	,000
	Direita esquerda vs. Outros	-5,710	4,928	-,009	-1,159	,247
	Esquerda e centro vs. Outros	-41,907	21,244	-,015	-1,973	,049
	Direita e centro vs. Outros	-33,813	9,613	-,027	-3,517	,000
	Direita esquerda centro vs.	-9,349	8,377	-,009	-1,116	,264

Outros					
Indústria vs. Outros	6,166	3,861	,014	1,597	,110
Comércio vs. Outros	-4,631	3,449	-,012	-1,343	,179
Construção vs. Outros	18,707	4,361	,036	4,289	,000
Financeiro vs. Outros	49,114	8,375	,046	5,864	,000
Informação e Comunicação vs. Outros	-17,530	6,470	-,021	-2,709	,007
LEGISLATIVO VS. OUTROS	2,797	4,871	,006	,574	,566
EXECUTIVO VS. OUTROS	2,937	6,457	,005	,455	,649
N.cand	-2,256	,148	-,311	-15,288	,000

a. Dependent Variable: Percent\_eleitostotalFonte: Autor com base em dados do TSE

No que tange a variável reiteração, vale notar que este modelo informa que controladas as outras variáveis o percentual de eleitos por financiadores reiterados é 34% maior do que aquele observado para financiadores novatos.

Este modelo foi o que apresentou a menor robustez de análise, o que se manifesta no  $R^2$  bastante baixo mesmo quando incluídas todas as variáveis. Por essa razão esse teste não será repetido para análise dos efeitos das variáveis na regressão linear por cargo apresentada abaixo. O modelo que tomou como variável dependente o resultado mensurado no total de votos acumulado por cada financiador no cômputo de seus patrocinados foi o modelo escolhido para replicar o teste para cada um dos cargos em disputa nos modelos que seguem abaixo.

## 4.2.2 Modelo por cargos

### 4.2.2.1 Governador

O modelo abaixo replica o teste de regressão linear realizado acima com as mesmas variáveis, utilizando como variável dependente o resultado eleitoral em votos no somatório total de candidatos patrocinados por cada financiador e como variáveis independentes a reiteração, soma do valor total do financiamento, setor econômico, a ideologia e o número de candidatos patrocinados. A principal diferença é que o teste foi reali-

zado filtrando-se apenas as doações dirigidas para o cargo de governador. De maneira geral o teste apresenta uma boa robustez quando incluídas todas as variáveis com um  $R^2$  ajustado de 0,406. Todas as variáveis, com exceção do variável setor econômico, apresentaram significância estatística no modelo ( $p < 0,001$ ).

A variável reiteração apresentou significância estatística apenas nos três primeiros passos/estágios do teste. Quando inseridas as variáveis ideologia, e número de candidatos financiados a variável apresentou valor  $p$  maior do que 0,05. Isoladamente, a reiteração representou 14 milhões a mais de votos para financiadores reiterados em comparação a novatos. Quando inserida a variável valor do financiamento, esta diferença cai pela metade ficando em 6,9 milhões de votos. Quando inserida a variável setor econômico, a diferença diminui para 6,3 milhões de votos. A partir daí com a inclusão das demais variáveis o modelo deixa de ter significância estatística ( $p > 0,05$ ).

Observando-se a variável valor do financiamento, infere-se que cada real investido pelos financiadores implica em mais 12,7 votos obtidos, no modelo que inclui todas as variáveis.

Para aferir o impacto da reiteração sobre os recursos omitiu-se essa variável do teste de regressão linear, separando-se os dados (*split file*) segundo o conjunto de financiadores reiterados e não reiterados. A diferença observada é a de que enquanto financiadores novatos, controladas as outras variáveis (CNAE; Ideologia; N. candidatos financiados), tiveram um acréscimo de 6,5 votos por cada R\$ 1 real investido, o valor para financiadores reiterados é de 12,7 votos para cada R\$ 1 real investido (Apêndice). O que sugere que financiadores reiterados tem o dobro de retorno em votos do investimento realizado em relação a financiadores não reiterados.

Observando-se a ideologia do partido ou candidato para o qual o financiador dirigiu sua doação percebe-se que o campo ideológico em si não é relevante, mas o número de ideologias financiadas sim, o teste aponta que aqueles financiadores que doaram para todas as ideologias amealharam 17 milhões de votos à frente em relação àqueles que doaram

para ideologias em outros contextos (outras combinações ou apenas uma ideologia). O que sugere que este não seja necessariamente um efeito da ideologia e sim do número de candidaturas patrocinadas.

Observada a variável número de candidaturas apoiadas infere-se que a cada candidato a mais que o financiador apóie há um incremento médio de 2 milhões de votos.

Tabela 43: R square Regressão linear múltipla: VD: Votos totais por Financiador  
VI: Reiteração; Valor Financiamento; CNAE; Ideologia; Cargo. N. Candidatos- (Cargo governador)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,129 <sup>a</sup>	,017	,016	55587214,275
2	,627 <sup>b</sup>	,394	,393	43657165,927
3	,629 <sup>c</sup>	,396	,394	43618746,589
4	,638 <sup>d</sup>	,407	,404	43260724,235
5	,640 <sup>e</sup>	,409	,406	43187927,129

a. Predictors: (Constant), Reiteração

b. Predictors: (Constant), Reiteração, Valor\_gov

c. Predictors: (Constant), Reiteração, Valor\_gov, Informação e Comunicação vs. Outros, Financeiro vs. Outros, Comércio vs. Outros, Construção vs. Outros, Indústria vs. Outros

d. Predictors: (Constant), Reiteração, Valor\_gov, Informação e Comunicação vs. Outros, Financeiro vs. Outros, Comércio vs. Outros, Construção vs. Outros, Indústria vs. Outros, Esquerda e centro vs. Outros, Direita e centro vs. Outros, Centro vs. Outros, Esquerda vs. Outros, Direita esquerda vs. Outros, Direita esquerda centro vs. Outros

e. Predictors: (Constant), Reiteração, Valor\_gov, Informação e Comunicação vs. Outros, Financeiro vs. Outros, Comércio vs. Outros, Construção vs. Outros, Indústria vs. Outros, Esquerda e centro vs. Outros, Direita e centro vs. Outros, Centro vs. Outros, Esquerda vs. Outros, Direita esquerda vs. Outros, Direita esquerda centro vs. Outros, n.candgov

Tabela 44: Output Regressão linear múltipla: VD: Votos totais por Financiador  
VI: Reiteração; Valor Financiamento; CNAE; Ideologia; Cargo. N. Candidatos - (Cargo governador)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5372567,114	1393605,399		3,855	,000
	Reiteração	14815270,516	2219816,148	,129	6,674	,000
2	(Constant)	3679110,991	1095314,721		3,359	,001
	Reiteração	6923589,949	1754318,963	,060	3,947	,000
	Valor_gov	14,987	,371	,618	40,386	,000
3	(Constant)	4088867,274	1661743,717		2,461	,014
	Reiteração	6317035,632	1800824,049	,055	3,508	,000
	Valor_gov	14,948	,372	,616	40,210	,000
	Indústria vs. Outros	344194,589	2391830,512	,003	,144	,886
	Comércio vs. Outros	-3794056,137	2413656,978	-,028	-1,572	,116
	Construção vs. Outros	4245137,707	2597168,230	,029	1,635	,102
	Financeiro vs. Outros	-1304351,015	4595970,140	-,005	-,284	,777
	Informação e Comunicação vs. Outros	-4653277,344	5640764,691	-,013	-,825	,409

4	(Constant)	3007668,431	1857796,932		1,619	,106
	Reiteração	2643077,214	1899189,905	,023	1,392	,164
	Valor_gov	14,378	,379	,593	37,952	,000
	Indústria vs. Outros	-68,008	2383388,765	,000	,000	1,000
	Comércio vs. Outros	-3565593,270	2397679,768	-,026	-1,487	,137
	Construção vs. Outros	4172217,560	2588690,410	,029	1,612	,107
	Financeiro vs. Outros	-2372250,627	4562730,090	-,008	-,520	,603
	Informação e Comunicação vs. Outros	-3972950,393	5596624,394	-,011	-,710	,478
	Esquerda vs. Outros	-319580,359	2432514,537	-,002	-,131	,895
	Centro vs. Outros	-5853748,928	5539082,244	-,016	-1,057	,291
	Direita esquerda vs. Outros	3961947,332	2262280,447	,030	1,751	,080
	Esquerda e centro vs. Outros	-4887101,846	13765728,423	-,005	-,355	,723
	Direita e centro vs. Outros	-3266128,592	4999125,586	-,010	-,653	,514
	Direita esquerda centro vs. Outros	20010933,349	3054354,414	,112	6,552	,000
5	(Constant)	1048892,788	1957242,354		,536	,592
	Reiteração	2224801,204	1900689,976	,019	1,171	,242
	Valor_gov	12,766	,639	,526	19,988	,000
	Indústria vs. Outros	-259829,217	2380822,633	-,002	-,109	,913
	Comércio vs. Outros	-3675461,415	2393902,006	-,027	-1,535	,125
	Construção vs. Outros	4243239,414	2584433,733	,029	1,642	,101
	Financeiro vs. Outros	-3909312,728	4581403,679	-,014	-,853	,394
	Informação e Comunicação vs. Outros	-3818071,321	5587425,411	-,011	-,683	,494
	Esquerda vs. Outros	-308799,631	2428423,655	-,002	-,127	,899
	Centro vs. Outros	-5710399,387	5529950,681	-,016	-1,033	,302
	Direita esquerda vs. Outros	3071949,259	2276273,831	,023	1,350	,177
	Esquerda e centro vs. Outros	-4741486,499	13742642,721	-,005	-,345	,730
	Direita e centro vs. Outros	-3213631,996	4990741,430	-,010	-,644	,520
	Direita esquerda centro vs. Outros	17053695,848	3192006,633	,095	5,343	,000
n.candgov	2247136,989	717348,158	,087	3,133	,002	

a. Dependent Variable: Votos\_GOVFonte: Autor, com base em dados do TSE.

#### 4.2.2.2 Senador

O modelo a seguir leva em consideração apenas as doações dirigidas para os candidatos ao cargo de senador da república na eleição de 2014. Neste caso o teste de regressão linear multivariada é um pouco menos robusto, alcançando o  $R^2$  ajustado de 0,240. A variável reiteração, porém, foi significativa estatisticamente neste modelo ( $p < 0,05$ ) apenas na pri-



meira etapa. Neste caso observa-se que financiadores reiterados acumulam até 15 milhões de votos a mais do que financiadores novatos na eleição de 2014.

Tabela 45: R square - Regressão linear múltipla: VD: Votos totais por Financiador  
VI: Reiteração; Valor Financiamento; CNAE; Ideologia; Cargo. N. Candidatos - (Cargo senador)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,087 <sup>a</sup>	,008	,007	90363658,476
2	,416 <sup>b</sup>	,173	,171	82546302,755
3	,426 <sup>c</sup>	,181	,175	82354791,946
4	,439 <sup>d</sup>	,193	,181	82054637,889
5	,501 <sup>e</sup>	,251	,240	79052075,012

a. Predictors: (Constant), Reiteração

b. Predictors: (Constant), Reiteração, Valor\_Sen

c. Predictors: (Constant), Reiteração, Valor\_Sen, Informação e Comunicação vs. Outros, Financeiro vs. Outros, Comércio vs. Outros, Construção vs. Outros, Indústria vs. Outros

d. Predictors: (Constant), Reiteração, Valor\_Sen, Informação e Comunicação vs. Outros, Financeiro vs. Outros, Comércio vs. Outros, Construção vs. Outros, Indústria vs. Outros, Esquerda e centro vs. Outros, Centro vs. Outros, Direita e centro vs. Outros, Direita esquerda vs. Outros, Esquerda vs. Outros, Direita esquerda centro vs. Outros

e. Predictors: (Constant), Reiteração, Valor\_Sen, Informação e Comunicação vs. Outros, Financeiro vs. Outros, Comércio vs. Outros, Construção vs. Outros, Indústria vs. Outros, Esquerda e centro vs. Outros, Centro vs. Outros, Direita e centro vs. Outros, Direita esquerda vs. Outros, Esquerda vs. Outros, Direita esquerda centro vs. Outros, n.candsenado

Tabela 46: Output Regressão linear múltipla: VD: Votos totais por Financiador  
VI: Reiteração; Valor Financiamento; CNAE; Ideologia; Cargo. N. Candidatos - (Cargo senador)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11124524,830	4213227,301		2,640	,008
	Reiteração	15830903,047	5994785,674	,087	2,641	,008
2	(Constant)	7577008,013	3857767,148		1,964	,050
	Reiteração	5902200,022	5525701,454	,033	1,068	,286
	Valor_Sen	37,504	2,788	,410	13,451	,000
3	(Constant)	14402670,998	5236946,265		2,750	,006
	Reiteração	9909425,406	5787044,220	,055	1,712	,087
	Valor_Sen	37,684	2,799	,412	13,465	,000
	Indústria vs. Outros	-20952302,852	7874232,263	-,098	-2,661	,008
	Comércio vs. Outros	-12023187,772	7950475,177	-,053	-1,512	,131
	Construção vs. Outros	-8370148,475	8179750,385	-,036	-1,023	,306
	Financeiro vs. Outros	6177042,576	13016218,640	,015	,475	,635
	Informação e Comunicação vs. Outros	-14310323,121	18293813,850	-,024	-,782	,434

4	(Constant)	9011630,984	6682874,066		1,348	,178
	Reiteração	5403941,722	6266811,595	,030	,862	,389
	Valor_Sen	35,734	2,847	,391	12,552	,000
	Indústria vs. Outros	-21480822,301	7917429,776	-,100	-2,713	,007
	Comércio vs. Outros	-12393184,260	7926783,215	-,054	-1,563	,118
	Construção vs. Outros	-10016196,918	8225172,961	-,043	-1,218	,224
	Financeiro vs. Outros	4874316,798	13110307,788	,012	,372	,710
	Informação e Comunicação vs. Outros	-12138381,785	18277626,617	-,021	-,664	,507
	Esquerda vs. Outros	7965168,665	8356933,489	,035	,953	,341
	Centro vs. Outros	-2216510,787	31512085,295	-,002	-,070	,944
	Direita esquerda vs. Outros	2777596,778	7742807,052	,013	,359	,720
	Esquerda e centro vs. Outros	-5352616,719	31526728,062	-,005	-,170	,865
	Direita e centro vs. Outros	6963156,170	14306393,098	,016	,487	,627
	Direita esquerda centro vs. Outros	26519714,288	8311102,435	,123	3,191	,001
5	(Constant)	-5784600,070	6675871,285		-,866	,386
	Reiteração	1262575,678	6057671,587	,007	,208	,835
	Valor_Sen	-4,738	5,552	-,052	-,853	,394
	Indústria vs. Outros	-23383398,129	7631088,792	-,109	-3,064	,002
	Comércio vs. Outros	-13246203,239	7637402,325	-,058	-1,734	,083
	Construção vs. Outros	-7790200,718	7928642,967	-,034	-,983	,326
	Financeiro vs. Outros	-8229728,364	12726928,139	-,020	-,647	,518
	Informação e Comunicação vs. Outros	-13000630,872	17609107,728	-,022	-,738	,461
	Esquerda vs. Outros	4917083,547	8059340,362	,021	,610	,542
	Centro vs. Outros	-6202482,269	30362710,600	-,006	-,204	,838
	Direita esquerda vs. Outros	1361989,571	7461391,429	,007	,183	,855
	Esquerda e centro vs. Outros	-5704679,619	30373123,544	-,006	-,188	,851
	Direita e centro vs. Outros	10059637,181	13787838,523	,022	,730	,466
	Direita esquerda centro vs. Outros	11306125,233	8210059,853	,053	1,377	,169
n.candsenado	20605930,334	2457984,460	,529	8,383	,000	

a. Dependent Variable: Votos\_SEN Fonte: Autor com base em dados do TSE

Porém, se a variável reiteração for omitida do teste, e a amostra dividida, via *split file*, (apêndice) entre os casos reiterados e não reiterados, o  $R^2$  ajustado para a amostra contendo apenas financiadores reiterados chega a ,335. Observa-se uma diferença notável no que tange a regressão linear obtida entre votos obtidos e valores investidos. Neste caso, infere-se que para os financiadores reiterados o aumento de R\$ 1 real no investimento financeiro eleitoral significou crescer 35,9 votos ao total de

votos amealhados por seus patrocinados. Já para os financiadores novatos, o acréscimo de R\$ 1 real aumentaria apenas 6 votos ao total. O resultado da regressão para os financiadores novatos, porém não apresenta significância estatística ( $p=0,725$ ).

As demais variáveis também não apresentam significância estatística no modelo, por isso também foram omitidas.

#### 4.2.2.3 Deputado Federal

O teste de regressão linear para o cargo de deputado federal apresentou boa robustez com  $R^2$  ajustado de 0,523. O que significa que as variáveis inseridas no modelo são responsáveis por 52% da variação do número de votos acumulados por financiador. Porém, no primeiro estágio da hierarquia quando apenas a variável reiteração é utilizada como previsora dos votos, o  $R^2$  ajustado é bastante baixo, indicando que a variável explica menos do que 1% da variação de votos. Entretanto, ainda assim o teste é significativo estatisticamente ( $p<0,001$ ).

Observando o estágio 4 quando todas as variáveis predictoras (independentes) foram incluídas no modelo, com exceção do N. de candidaturas, infere-se que financiadores reiterados, controladas as outras variáveis, apresentam uma vantagem de 114 mil votos em relação a financiadores novatos. Porém a variável ultrapassa o limite de significância estatística ( $p=0,059$ ).

No que tange aos recursos aportados, cada R\$ 1 real investido significou o aumento de 1,7 votos ao total. No estágio 4 do teste, e 0,6 votos no estágio 5 quando todas as variáveis estão incluídas no modelo.

Em relação à ideologia, financiadores que distribuíram seus recursos para a direita e centro, tiveram vantagem de 317 mil votos em relação a financiadores que doaram para partidos de outras ideologias.

Vale notar ainda que em relação à variável número de candidatos patrocinados, o acréscimo de um candidato ao total de candidaturas financiadas por novatos leva ao aumento de 108 mil votos, ao passo que

para candidatos reiterados cada novo patrocinado leva a um incremento de 137 mil votos. Porém, quando inserida esta variável no modelo a variável reiteração deixa de ser significativa estatisticamente.

Tabela 47: R square - Regressão linear múltipla: VD: Votos totais por Financiador  
VI: Reiteração; Valor Financiamento; CNAE; Ideologia; Cargo. N. Candidatos - (Dep Federal)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,095 <sup>a</sup>	,009	,009	2970000,906
2	,687 <sup>b</sup>	,472	,472	2167435,599
3	,690 <sup>c</sup>	,476	,475	2161464,238
4	,690 <sup>d</sup>	,476	,475	2161700,645
5	,724 <sup>e</sup>	,524	,523	2059750,195

a. Predictors: (Constant), Reiteração

b. Predictors: (Constant), Reiteração, Valor\_DEP\_FED

c. Predictors: (Constant), Reiteração, Valor\_DEP\_FED, Esquerda e centro vs. Outros, Direita e centro vs. Outros, Centro vs. Outros, Esquerda vs. Outros, Direita esquerda centro vs. Outros, Direita esquerda vs. Outros

d. Predictors: (Constant), Reiteração, Valor\_DEP\_FED, Esquerda e centro vs. Outros, Direita e centro vs. Outros, Centro vs. Outros, Esquerda vs. Outros, Direita esquerda centro vs. Outros, Direita esquerda vs. Outros, Informação e Comunicação vs. Outros, Financeiro vs. Outros, Comércio vs. Outros, Construção vs. Outros, Indústria vs. Outros

e. Predictors: (Constant), Reiteração, Valor\_DEP\_FED, Esquerda e centro vs. Outros, Direita e centro vs. Outros, Centro vs. Outros, Esquerda vs. Outros, Direita esquerda centro vs. Outros, Direita esquerda vs. Outros, Informação e Comunicação vs. Outros, Financeiro vs. Outros, Comércio vs. Outros, Construção vs. Outros, Indústria vs. Outros, n.cand.federal

Tabela 48: *Output* - Regressão linear múltipla: VD: Votos totais por Financiador  
VI: Reiteração; Valor Financiamento; CNAE; Ideologia; Cargo. N. Candidatos - (Dep Federal)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	184420,040	40567,121		4,546	,000
	Reiteração	636522,162	77415,157	,095	8,222	,000
2	(Constant)	11156,224	29618,891		3,753	,000
	Reiteração	207561,491	56746,316	,031	3,658	,000
	Valor_DEP_FED	1,777	,022	,684	80,526	,000
3	(Constant)	81134,075	43509,086		1,865	,062
	Reiteração	197674,260	58024,696	,030	3,407	,001
	Valor_DEP_FED	1,778	,022	,684	80,434	,000
	Indústria vs. Outros	41787,775	71940,874	,006	,581	,561
	Comércio vs. Outros	32159,104	68773,640	,004	,468	,640
	Construção vs. Outros	71226,934	79504,491	,008	,896	,370
	Financeiro vs. Outros	-54310,927	141741,808	-,003	-3,383	,702
	Informação e Comunicação vs. Outros	185063,387	122757,965	,013	1,508	,132
4	(Constant)	58734,680	50442,136		1,164	,244
	Reiteração	114722,454	60840,811	,017	1,886	,059

	Valor_DEP_FED	1,751	,022	,674	78,000	,000
	Indústria vs. Outros	26822,479	72213,315	,004	,371	,710
	Comércio vs. Outros	33505,136	68710,026	,005	,488	,626
	Construção vs. Outros	49853,483	79731,018	,006	,625	,532
	Financeiro vs. Outros	-99701,503	141821,176	-,006	-,703	,482
	Informação e Comunicação vs. Outros	188350,744	122562,272	,014	1,537	,124
	Esquerda vs. Outros	-2125,877	65252,141	,000	-,033	,974
	Centro vs. Outros	-47869,622	108928,198	-,004	-,439	,660
	Direita esquerda vs. Outros	13905,104	76907,465	,002	,181	,857
	Esquerda e centro vs. Outros	-29258,008	349077,135	-,001	-,084	,933
	Direita e centro vs. Outros	403397,812	140597,634	,025	2,869	,004
	Direita esquerda centro vs. Outros	700010,522	113803,991	,056	6,151	,000
5	(Constant)	-50358,409	48228,161		-1,044	,296
	Reiteração	62733,701	58002,537	,009	1,082	,279
	Valor_DEP_FED	,609	,047	,234	12,997	,000
	Indústria vs. Outros	29831,062	68807,668	,004	,434	,665
	Comércio vs. Outros	56379,450	65474,847	,008	,861	,389
	Construção vs. Outros	-21589,318	76015,560	-,003	-,284	,776
	Financeiro vs. Outros	-187149,786	135170,350	-,012	-1,385	,166
	Informação e Comunicação vs. Outros	186794,365	116781,985	,013	1,600	,110
	Esquerda vs. Outros	-11441,842	62175,641	-,002	-,184	,854
	Centro vs. Outros	-49995,675	103790,939	-,004	-,482	,630
	Direita esquerda vs. Outros	-85390,919	73370,090	-,010	-1,164	,245
	Esquerda e centro vs. Outros	-52018,473	332614,946	-,001	-,156	,876
	Direita e centro vs. Outros	317631,774	134003,389	,020	2,370	,018
	Direita esquerda centro vs. Outros	-187487,844	113180,991	-,015	-1,657	,098
	n.cand.federal	137743,728	5032,571	,511	27,370	,000

a. Dependent Variable: Votos\_FEDFonte: Autor com base em dados do TSE

Para aferir o efeito da reiteração no aproveitamento do investimento eleitoral a variável reiteração foi omitida do teste, e a amostra dividida, via *split file*, entre os casos reiterados e não reiterados, o  $R^2$  ajustado para a amostra contendo apenas financiadores reiterados chega a ,531 e ,212 para o grupo de novatos. Observa-se uma diferença notável no que tange a regressão linear obtida entre votos obtidos e valores investidos, infere-se que para os financiadores reiterados o aumento de R\$ 1 real no investimento financeiro eleitoral significou crescer 0,587 votos ao total de votos amealhados por seus patrocinados. Já para os financiadores

novatos, o acréscimo de R\$ 1 real aumentaria apenas 0,559 votos ao total, conforme se pode inferir na tabela anexa. (apêndice).

#### 4.2.2.4 Deputado Estadual

Isoladamente, o teste de regressão linear multivariada para o cargo de deputado estadual foi o que apresentou maior poder explicativo a partir das variáveis preditoras utilizadas, explicando 61% da variação ( $R^2$  ajustado). A variável reiteração, que constitui o principal escopo deste teste, isoladamente, porém, revelou baixo poder explicativo, respondendo por menos de 1% da variância de votos no modelo. Contudo, a variável reiteração apresenta significância estatística ( $p < 0,001$ ), o que no caso do cargo de deputados estaduais, não ocorre quando conjugada no modelo com as demais variáveis. O teste informa que financiadores reiterados guardam uma vantagem de 309 mil votos em relação a não reiterados, mas este dado refere-se apenas ao primeiro estágio do modelo quando não inseridas as demais variáveis preditoras. Com a inserção de outras variáveis no modelo a reiteração deixou de ser estatisticamente significativa.

No que tange às demais variáveis inseridas no modelo, a variável valor do financiamento explica sozinha mais de 50% da variação no número de votos ( $R^2$  ajustado) indicando que a cada R\$ 1 real acrescido no financiamento há um acréscimo de 0,3 votos para o cargo de deputado estadual, quando controladas todas as outras variáveis.

Em outro modelo de regressão linear multivariada (apêndice) quando omitida a variável reiteração e aplicada à divisão dos dados segundo reiterados e novatos (*split file*) observa-se que se para financiadores reiterados cada R\$ 1 real rende 1,7 votos, para candidatos novatos o retorno é menor, gerando 1,4 voto por real investido.

Tabela 49: R square - Regressão linear múltipla: VD: Votos totais por Financiador  
VI: Reiteração; Valor Financiamento; CNAE; Ideologia; Cargo. N. Candidatos - (Dep Estadual)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,088 <sup>a</sup>	,008	,008	1476925,302
2	,747 <sup>b</sup>	,557	,557	986602,460
3	,747 <sup>c</sup>	,557	,557	986692,344
4	,748 <sup>d</sup>	,560	,559	984443,315
5	,783 <sup>e</sup>	,613	,612	923341,481

a. Predictors: (Constant), Reiteração

b. Predictors: (Constant), Reiteração, Valor\_DEP\_EST

c. Predictors: (Constant), Reiteração, Valor\_DEP\_EST, Informação e Comunicação vs. Outros, Financeiro vs. Outros, Construção vs. Outros, Indústria vs. Outros, Comércio vs. Outros

d. Predictors: (Constant), Reiteração, Valor\_DEP\_EST, Informação e Comunicação vs. Outros, Financeiro vs. Outros, Construção vs. Outros, Indústria vs. Outros, Comércio vs. Outros, Esquerda e centro vs. Outros, Centro vs. Outros, Direita e centro vs. Outros, Esquerda vs. Outros, Direita esquerda centro vs. Outros, Direita esquerda vs. Outros

e. Predictors: (Constant), Reiteração, Valor\_DEP\_EST, Informação e Comunicação vs. Outros, Financeiro vs. Outros, Construção vs. Outros, Indústria vs. Outros, Comércio vs. Outros, Esquerda e centro vs. Outros, Centro vs. Outros, Direita e centro vs. Outros, Esquerda vs. Outros, Direita esquerda centro vs. Outros, Direita esquerda vs. Outros, n.cand.estadual

Tabela 50: Output - Regressão linear múltipla: VD: Votos totais por Financiador  
VI: Reiteração; Valor Financiamento; CNAE; Ideologia; Cargo. N. Candidatos - (Dep Estadual)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	89367,490	16566,456		5,394	,000
	Reiteração	309834,640	34366,545	,088	9,016	,000
2	(Constant)	38614,966	11075,631		3,486	,000
	Reiteração	29564,651	23090,014	,008	1,280	,200
	Valor_DEP_EST	1,807	,016	,746	113,346	,000
3	(Constant)	54996,410	16902,147		3,254	,001
	Reiteração	32974,189	23595,203	,009	1,397	,162
	Valor_DEP_EST	1,808	,016	,746	113,170	,000
	Indústria vs. Outros	-23004,275	28210,621	-,006	-,815	,415
	Comércio vs. Outros	-39385,643	25224,053	-,012	-1,561	,118
	Construção vs. Outros	-21811,367	31811,113	-,005	-,686	,493
	Financeiro vs. Outros	-18155,001	64466,926	-,002	-,282	,778
	Informação e Comunicação vs. Outros	16328,739	46640,989	,002	,350	,726
4	(Constant)	36961,624	19061,326		1,939	,053
	Reiteração	-5825,849	24683,877	-,002	-,236	,813
	Valor_DEP_EST	1,784	,016	,736	109,444	,000
	Indústria vs. Outros	-28372,418	28220,613	-,008	-1,005	,315
	Comércio vs. Outros	-34836,865	25195,461	-,010	-1,383	,167
	Construção vs. Outros	-29284,790	31839,440	-,007	-,920	,358
	Financeiro vs. Outros	-40986,312	64479,672	-,004	-,636	,525

	Informação e Comunicação vs. Outros	18282,109	46570,180	,003	,393	,695
	Esquerda vs. Outros	14511,443	24535,397	,004	,591	,554
	Centro vs. Outros	4875,511	41252,427	,001	,118	,906
	Direita esquerda vs. Outros	48735,090	32406,903	,011	1,504	,133
	Esquerda e centro vs. Outros	-30445,160	138681,643	-,001	-,220	,826
	Direita e centro vs. Outros	161126,717	59997,693	,018	2,686	,007
	Direita esquerda centro vs. Outros	334409,615	48353,278	,048	6,916	,000
5	(Constant)	-93519,127	18211,681		-5,135	,000
	Reiteração	9826,841	23155,553	,003	,424	,671
	Valor_DEP_EST	,394	,040	,162	9,844	,000
	Indústria vs. Outros	-13985,434	26471,797	-,004	-,528	,597
	Comércio vs. Outros	-22956,790	23633,755	-,007	-,971	,331
	Construção vs. Outros	-12652,660	29866,522	-,003	-,424	,672
	Financeiro vs. Outros	-70049,014	60482,522	-,007	-1,158	,247
	Informação e Comunicação vs. Outros	7647,381	43680,605	,001	,175	,861
	Esquerda vs. Outros	1706,444	23015,066	,000	,074	,941
	Centro vs. Outros	-7586,299	38693,414	-,001	-,196	,845
	Direita esquerda vs. Outros	-4680,966	30428,649	-,001	-,154	,878
	Esquerda e centro vs. Outros	-30771,255	130074,035	-,001	-,237	,813
	Direita e centro vs. Outros	50381,600	56350,764	,006	,894	,371
	Direita esquerda centro vs. Outros	-49051,223	46483,846	-,007	-1,055	,291
	n.cand.estadual	48066,990	1277,920	,632	37,613	,000

a. Dependent Variable: Votos\_DEP\_EST Fonte: Autor com base em dados do TSE

Observando a variável ideologia, o efeito observado nos modelos anteriores se repete identificando-se que financiar todos os campos ideológicos trouxe mais votos do que financiar apenas um ou dois campos ideológicos. Porém, quando inserida a variável número de candidatos, a variável ideologia deixa de ser estatisticamente significativa. Além disso, identifica-se que cada novo candidato financiado importa em um acréscimo de 48 mil votos quando considerados os dois grupos no mesmo modelo (reiterados e não reiterados).

Como forma de controlar ainda mais o efeito do número de candidaturas sobre o modelo, dividiu-se a base via Split file para comparar o grupo de financiadores reiterados e não reiterados, excluindo-se esta variável como variável independente. Neste caso observou-se que dentre os novatos o acréscimo de um candidato patrocinado leva a um incre-



mento de 20 mil votos. Já dentre os reiterados o incremento de um candidato leva a mais 57.6 mil votos.

### 4.3 Discussão resultados

Este capítulo teve como objetivo identificar se a reiteração é uma variável relevante para explicar o financiamento eleitoral empresarial ao sistema político partidário. A hipótese primária, portanto, é a de que a variável reiteração pode ser importante para entendimento das estratégias e dos motivos que mobilizam o financiador a se engajar no processo eleitoral mobilizando seus recursos financeiros. Essa hipótese se materializou na identificação de uma variação importante nos resultados eleitorais e no volume de financiamento causada pela reiteração. Assim a hipótese que se procurou testar no modelo de regressão linear multivariada diz respeito diretamente a dois fatores: a) financiadores reiterados teriam uma maior expertise traduzida em uma maior escore de patrocinados eleitos ou com melhor resultado numérico em votos, o que efetivamente observou-se, e, b) financiadores reiterados tem um melhor aproveitamento dos recursos investidos nas campanhas eleitorais, dada esta expertise acumulada em diferentes ciclos eleitorais, o que também foi confirmado.

A tabela abaixo sumariza o resultado do teste de regressão linear multivariada. Em todos os modelos apresentados a *variável dependente utilizada foi o resultado eleitoral computando-se a soma de votos obtidos por todos os candidatos financiados por doador eleitoral*. Apresentam-se apenas as variáveis que tiveram significância estatística no modelo ( $p < 0,05$ ). A seguir ponderações sobre o resultado individualizado para cada variável utilizada no modelo.

Tabela 51: Sumarização regressão linear múlt: VD: Votos totais por FinanciadorVI: Reiteração; Valor Financiamento; CNAE; Ideologia; Cargo. N. Candidatos - 2014. Modelo 2

VARIÁVEL IN	TODOS OS CARGOS			GOVERNADOR			SENADOR			DEP FEDERAL			DEP ESTADUAL		
	B	Se B	β	B	Se B	β	B	Se B	β	B	Se B	β	B	Se B	β
Passo 1	R <sup>2</sup> ajust ,009			R <sup>2</sup> ajust ,016			R <sup>2</sup> ajust ,008			R <sup>2</sup> ajust ,009			R <sup>2</sup> ajust ,008		
(Constant)	11626 92	3293 43		5372 567	1393 605		11124 524	4213 227		184 420	405 67		893 67	16 56 6	
Reiteração	87575 44	7124 60	,0 94	1481 5270	2219 816	,12 9	1583 0903	5994 785	,0 87	636 522	774 15	,0 95	309 834	34 36 6	,0 8 8
Passo 2	R <sup>2</sup> ajust ,401			R <sup>2</sup> a ,393			R <sup>2</sup> ajust ,171			R <sup>2</sup> ajust ,472			R <sup>2</sup> ajust ,557		
(Constant)	75455 5,609	2559 63,3		3679 110	1095 314		7577 008	3857 76		1111 56	296 18		386 14	110 75	
Reiteração	4466 005	5551 62	,0 48	6923 589	1754 318	,0 60				207 561	567 46	,0 31			
Valor	7,193	,069	,6 28	14,98	,371	,61 8	37,50 4	2,78 8	,41 0	1,77 7	,02 2	,6 84	1,8 07	,01 6	,7 4 6
Passo 3	R <sup>2</sup> ajust ,414			R <sup>2</sup> a ,394			R <sup>2</sup> ajust ,175			R <sup>2</sup> ajust ,472			R <sup>2</sup> ajust ,557		
(Constant)	80797	3226 70		4088 867	1661 743		1440 2670	5236 946		811 34	435 09		549 96	16 90 2	
Reiteração	2408 860	5717 45	,0 26	6317 035	1800 824	,0 55				197 674	580 24	,0 30			
Valor	6,948	,069	,6 07	14,94	,372	,61 6	37,68 4	2,79 9	,41 2	1,77 8	,02 2	,6 84	1,8 08	,01 6	,7 4 6
Indústria							2095 2302	7874 232	- 98						
Passo 4	R <sup>2</sup> ajust ,415			R <sup>2</sup> a ,404			R <sup>2</sup> ajust ,181			R <sup>2</sup> ajust ,475			R <sup>2</sup> ajust ,559		
(Constant)	3834 92	4321 88		3007 668	1857 796		9011 630	668 287 4		587 34	504 42		369 61	19 06 1	
Reiteração	24292 95	5792 72	,0 26												
Valor	6,944	,069	,6 07	14,37	,379	,5 93	35,73 4	2,84 7	,3 91	1,75 1	,02 2	,6 74	1,7 84	,01 6	,7 3 6
Indústria							- 2148 0822	7917 429	- 1 00						

Dir. centro	28977 34	8305 14	,0 22							403 397	140 597	,0 25	161 126	59 99 7	,0 18
Dir esq. cent	25388 653	1340 316	,11 7	2001 0933	305 4354	,11 2	2651 9714	8311 102	,12 3	700 010	113 803	,0 56	334 40 9	48 35 3	,0 4 8
<b>Passo 5</b>	<b>R<sup>2</sup> ajust ,415</b>			<b>R<sup>2</sup> a ,406</b>			<b>R<sup>2</sup> ajust ,240</b>			<b>R<sup>2</sup> ajust ,523</b>			<b>R<sup>2</sup> ajust ,612</b>		
(Const. ant)	54389 9	8756 40		1048 892	1957 242		- 5784 600	6675 871		- 503 58	482 28		- 935 19	18 211	
Reiteiração	24177 14	5793 82	,0 26												
Valor	6,943	,069	,6 06	12,76 6	,639	,5 26				,60 9	,04 7	,2 34	,39 4	,0 40	,1 6 2
Indústria							- 2338 3398	7631 088	- ,1 09						
Dir. centro	2890 075	8305 57	,0 22												
Dir esq. cent	25389 361	1340 353	,11 7	1705 3695	3192 006	,0 95									
n.cand				2247 136	7173 48	,0 87	2060 5930	2457 984	,5 29	137 743	503 2	,51 1	48 06 6	12 77	,6 3 2
<b>Passo 6</b>	<b>R<sup>2</sup> ajust ,529</b>														
(Const. ant)	- 23476 41	7867 41													
Reiteiração	13880 55	5199 47	,0 15												
Valor	- 2,264	,157	- ,19 8												
Direita e centro	- 49947 25	1460 711	- ,0 18												
N.cand	14322 40	2242 6	,9 05												

### Reiteração

A primeira observação que deve ser feita diz respeito ao R<sup>2</sup> ajustado dos modelos, uma medida que informa quanta variabilidade de saída

pode ser debitada aos previsores (FIELD, 2013, p. 194). O  $R^2$  ajustado “oferece uma noção do quão bem o nosso modelo generaliza”. Neste aspecto, não se pode deixar de notar que em todos os modelos quando a única variável independente (previsora) é a reiteração, tem-se valores bastantes baixos para o  $R^2$  ajustado, sugerindo um baixo potencial explicativo da variável. Este valor, se tomado de forma isolada levaria a refutação da hipótese de que a reiteração poderia ser importante para compreensão das estratégias dos financiadores eleitorais. Contudo, tal valor deve ser comparado ao das outras variáveis categóricas utilizadas nos modelos e usualmente apresentadas pela literatura como variáveis importantes para explicar não somente o voto, mas também o financiamento eleitoral. (MANCUSO, 2012). Neste contexto, ficará demonstrado que os resultados da variável reiteração no modelo são satisfatórios.

Entretanto, ainda que se concluísse pelo reduzido o potencial explicativo da reiteração, os valores são significativos estatisticamente, e se alinham aos supostos deste trabalho. Dado que conjugado com os elementos colhidos da etapa descritiva realizada mais acima informam que a reiteração, por outro lado, não deve ser refutada completamente como variável preditora do comportamento e das estratégias dos financiadores eleitorais.

Feita esta ressalva, cabe notar que foi possível identificar diferenças importantes da reiteração em relação ao resultado eleitoral em todos os modelos testados. Quando utilizados os dados relativos às doações para todos os cargos o modelo pode-se inferir uma diferença no total de votos entre candidatos reiterados e novatos de 8.7 milhões de votos. Dado que confirma a hipótese sustentada nesta tese, segundo a qual, financiadores reiterados teriam um melhor desempenho eleitoral do que financiadores de primeira viagem. Essa diferença decresce quando controladas as outras variáveis (valor do financiamento, ideologia, setor econômico, número de candidatos) mas continua significativa estatisticamente, como se infere no passo seis. Mantidas constantes as outras variáveis a diferença de votos entre novatos e reiterados é de 1,3 milhões de votos.

Observando o comportamento da variável reiteração por cargo financiado, infere-se que a reiteração foi mais relevante para o cargo de governador. Isoladamente foi para este cargo que a variável teve o maior valor explicativo ( $R^2$  ajustado = 0,016) e o maior valor  $\beta$  (0,129), indicativo da taxa de associação entre as variáveis voto e reiteração. Para o cargo de governador o resultado da regressão informa que financiadores reiterados fazem 14,8 milhões de votos a mais do que financiadores novatos. Entretanto, tal resultado deixa de ser significativo estatisticamente no passo 4 com a inclusão da variável ideologia no modelo. Inobstante a variável reiteração mostrou-se significativa estatisticamente para todos os cargos mesmo quando incluídas nos modelos a variável valor do financiamento e setor econômico.

Os resultados se alinham ao teste de médias t de *student* que também aferiu a relevância da variável reiteração, observável nas diferenças das médias de votos e eleitos encontradas entre financiadores reiterados e não reiterados. A partir do teste pôde-se inferir que em média os financiadores reiterados tiveram mais votos (Média = 9,9 milhões, EP = 1224534) do que financiadores novatos (Média = 1,1 milhão, EP = 164986). Além disso, essa diferença foi significativa estatisticamente  $t(16803) = -12,92, p > 0,000$ .

### ***Financiamento Eleitoral e Reiteração***

A inclusão da variável financiamento eleitoral, que apresenta o total de recursos investidos por cada financiador no processo eleitoral de 2014, trouxe robustez aos modelos em todos os casos. Este resultado confirma os achados da literatura (SAMUELS 2001b, SPECK 2012, MANCUSO, 2013; PEIXOTO, 2010, CERVI 2011, FIGUEIREDO Filho, 2010) a respeito da importância do financiamento eleitoral sobre os resultados eleitorais. No modelo que considera todos os cargos a variável explica 40% da variação de votos, apresentando uma forte taxa de correlação entre as variáveis ( $B = ,628$ ). Nos modelos seguintes quando controlados os cargos

tanto o poder explicativo da variável quanto a força da correlação foram mantidas mais ou menos estáveis com ligeira variação confirmando a importância dos recursos eleitorais como variável preditora do voto.

Como constitui objeto deste teste verificar a hipótese de que a reiteração impacta nas taxas de sucesso eleitoral apurou-se também este particular. Para isso realizou-se a regressão entre recursos e votos segundo os grupos de financiadores novatos e reiterados. Assim, dividindo-se a base de dados (*split file*) em dois grupos (reiterados e novatos) foi possível comparar as diferenças do efeito dos recursos investidos sobre a votação obtida para os dois grupos (apêndice). Ao controlar por cargo foi possível apurar os efeitos da reiteração sobre a relação entre dinheiro e votos, ou seja, sobre os níveis de sucesso do financiamento realizado. A tabela abaixo sintetiza esses achados:

Tabela 52: Relação voto/financiamento por cargo segundo reiterados e não reiterados, controladas outras variáveis - CNAE; ideologia; n. de candidatos

Cargo	Reiteração	Regressão R\$/Voto (B)	Regressão R\$/Voto (B) Controlando demais variáveis	Beta
Governador	Novatos	11,4	6,5	,106 *
	Reiterados	15,0	12,7	,544 *
Senador	Novatos	10,3	-6,4	
	Reiterados	38,0	-6,2	,497 *
Deputado Federal	Novatos	1,4	0,55	,154 *
	Reiterados	1,7	0,58	,772 *
Deputado Estadual	Novatos	1,5	0,9	,314 *
	Reiterados	1,8	0,1	,770 *
Todos os cargos	Novatos	8,8	-,09	,153*
	Reiterados	7,1	-3,1	,699*

\* p<0,001 \*\* p<0,005 \*\*\* p<0,010 \*\*\*\* p>0,010

VAR dependente: Total Votos / Var independente: Financiamento; CNAE; ideologia; n. de candidatos. Split File - Reiteração (Novatos/Reiterados).

Foi possível identificar que, controladas outras variáveis, para a maior parte dos cargos, há um melhor aproveitamento dos recursos investidos para os financiadores reiterados do que financiadores novatos.

A exceção ficou por conta do cargo de deputado federal, em que os valores ficaram muito próximos para novatos e reiterados e para governador, único caso em que cada voto conquistado pelo candidato patrocinado foi mais caro (R\$ 12,7) para reiterados, do que para financi-

adores novatos, para quem cada voto significou um dispêndio médio de R\$ 6,5. Para os outros casos cada voto obtido pelos financiadores representaram um menor valor médio investido. Dados que confirmam a hipótese aqui sustentada de que financiadores reiterados teriam um melhor aproveitamento de recursos investidos do que financiadores novatos.

Finalmente, o teste de médias *t* de *student* também aferiu a relevância da variável. Pôde-se inferir também que em média os financiadores reiterados investiram mais recursos (Média = R\$ 653 mil, EP = 119140) do que financiadores novatos (Média = 56 mil, EP = 2836). Além disso, essa diferença foi significativa estatisticamente  $t(16803) = -9,57$ ,  $p > 0,000$ . Portanto, o teste *t* de *student* interpretado juntamente com os testes realizados acima evidenciam que as hipóteses sustentadas nesta tese de doutorado não devem ser descartadas como nulas, e que as variações tanto de votos, quanto de recursos pode ser explicada pela reiteração no engajamento financeiro eleitoral.

### **Setor econômico**

A variável setor econômico não apresentou significância estatística na maioria dos modelos que utilizaram o total de votos como variável dependente. A exceção observada deu-se no cargo de senador. Neste caso, identificou-se que financiadores do setor industrial tiveram diferenças de votos na casa dos dois milhões em relação a outros financiadores, porém o valor *B* é negativo, indicando relação inversamente proporcional. Significando que financiadores deste setor estão em desvantagem em relação aos demais no que tange as taxas de desempenho eleitoral.

Entretanto, quando a variável dependente utilizada foi o *total de eleitos* foi possível identificar que o setor financeiro teve destaque na maioria dos modelos como o setor com maiores escores de eleitos. Também é possível identificar diferenças importantes também quando comparados os grupos de novatos e reiterados via *split file*.

Tabela 53: Relação número eleitos (2014) por Setor Econômico por cargo segundo reiterados e não reiterados

Cargo	Reiteração	Setor ( <i>Dummy</i> )	Regressão Eleitos/CNAE (B)	Beta
Governador	Novatos	Financeiro vs. outros		
	Reiterados	Financeiro vs. outros	,675	,096*
Senador	Novatos	Indústria vs. outros	,208	,136 ***
	Reiterados	Financeiro vs. outros	,926	,145*
Deputado Federal	Novatos	Industria vs. outros	,110	,040*
		Construção vs. outros	,132	,043*
		Financeiro vs. outros	,167	,030**
	Reiterados	Financeiro vs. outros	,922	,023**
Deputado Estadual	Novatos	Financeiro vs. outros	,172	,024***
	Reiterados	Financeiro vs. outros	1,36	,028**

\* p<0,001 \*\* p<0,005 \*\*\* p<0,010 \*\*\*\* p>0,010

VAR dependente: Total Eleitos / Var independente: Financiamento; CNAE; ideologia. Split File – Reiteração (Novatos/Reiterados). Fonte: Autor com base em dados do TSE.

## ***Ideologia***

A variável ideologia trouxe pouco poder preditivo para os modelos, com variação na casa de 1,5% para todos os casos, ou seja, um percentual preditivo próximo ao da variável reiteração, mas ainda acima da variável setor econômico. Em todos os modelos o financiamento concomitante a *todos os campos ideológicos* foi significativo estatisticamente com índices de correlação de desprezíveis a baixos (Beta entre 0,048 a 0,117). Quando o financiamento foi dirigido para duas ideologias ganhou destaque *direita e centro* (modelo todos os cargos), *direita e centro* (todos os cargos, deputado federal e estadual). No geral, no que diz respeito à variável ideologia pode-se dizer que muito mais do que financiar uma ideologia em particular, o que contou foi financiar a todas indistintamente. O que sugere que o fator relevante não teria sido exatamente a ideologia, mas o número de candidaturas financiadas.

## ***Número de candidaturas financiadas***

É razoável supor que na medida em que aumenta o número de candidatos patrocinados maiores serão o número de votos e o total de eleitos por cada financiador eleitoral. Por essa razão essa variável foi inserida no modelo como variável de controle, ou seja, espera-se saber se controlados



os efeitos desta variável no modelo, ainda assim seriam observados efeitos importantes nas demais variáveis, em especial na variável reiteração e financiamento eleitoral.

Efetivamente, conforme a hipótese sustentada neste capítulo, mesmo quando controlado o número de candidatos financiados a reiteração é importante preditora do desempenho eleitoral dos financiadores. Demonstra-se, no modelo que leva todos os cargos, que financiadores acumulam em média um total de 1,4 milhões de votos a cada novo candidato financiado. Neste modelo o efeito de ser reiterado aumenta 1,3 milhões de votos em relação a financiadores novatos.

No modelo que apresenta apenas financiadores ao cargo de governador, cada candidato a mais leva a mais 2,2 milhões de votos. Para o senado, cada candidato a mais significou um incremento de 20 milhões de votos. Para deputado federal, 137 mil votos. E para deputado estadual 48 mil votos. Em todos estes modelos, quando inseridas a variável número de candidaturas a variável reiteração deixou de ser significativa estatisticamente.

## Capítulo 5

### **Perfil dos financiadores de campanha e resultado eleitoral**

Verificado o efeito da reiteração sobre as estratégias para realização do financiamento eleitoral e as diferenças existentes entre financiadores reiterados e não reiterados, neste capítulo serão abordados exclusivamente os financiadores reiterados, ou seja, aqueles que se engajaram financeiramente nos dois ciclos eleitorais (2010 e 2014). O principal objetivo é comparar as diferenças havidas nas diferentes estratégias de cada financiador nos dois ciclos eleitorais. A partir disso, será construído o perfil do financiador com base na forma como cada doador distribuiu seus recursos nas duas eleições. Embora esse perfil seja realizado tão somente com base em financiadores reiterados, vale ressaltar, como visto nas seções anteriores, que estes financiadores respondem majoritariamente pelo financiamento total realizado, visto que o volume de recursos aportados por empresas reiteradas em 2014 passou de 75% do montante total, como visto acima, ou seja, na prática, embora o modelo seja abrangente exclusivamente de financiadores reiterados, os perfis serão definidos sobre o conjunto de financiadores responsável pelo aporte de  $\frac{3}{4}$  dos recursos na eleição de 2014.

Este capítulo terá como objetivo enfrentar a questões tais como: a) Os financiadores destinaram seus recursos para os mesmos partidos, candidatos, cargos e campos ideológicos nas duas eleições (2010 e 2014)? b) Quais os perfis dos financiadores eleitorais identificado a partir do financiamento reiterado a partidos, cargos, ideologia e candidatos nas duas eleições? c) Naqueles casos que o financiador reiterou a despeito de resultados insatisfatórios na eleição de 2010, cabe saber se a reiteração

poderia ser explicada pela existência de algum vínculo com os patrocinados (candidatos, partido ou ideologia). Finalmente, d) Identificados os perfis dos financiadores, teria algum deles maiores taxas e sucesso eleitoral do que outros?

Para os fins deste capítulo foram considerados os financiadores que estiveram presentes nos dois ciclos eleitorais, de 2010 e 2014, financiando ao menos uma candidatura. Como já mencionado acima, para controlar a estrutura de oportunidades disponível para cada financiador nos dois ciclos foram incluídos no modelo tão somente candidatos que estiveram presentes nas duas eleições, visto que um dos objetos de controle é identificar se o financiador efetuou doações para os mesmos candidatos, ou não. Para controlar esta variável necessariamente a base teria que ter candidatos que estiveram presentes nos dois ciclos. Além disso a base toma apenas as doações dirigidas diretamente para candidatos, excluindo, portanto, doações dirigidas para comitês e partidos políticos. Esta opção metodológica justifica-se diante do objetivo de mensurar as taxas de sucesso eleitoral do financiamento, o que só pode ser realizado tomando-se as doações dirigidas diretamente para os candidatos.

Como apresentado no capítulo três, foi possível identificar diferentes perfis de financiadores levando-se em consideração as diferentes estratégias de engajamento financeiro de acordo com o cargo, partido, ideologia e candidato para os quais os financiadores reiterados doaram na eleição de 2010 e, posteriormente, na eleição de 2014 (Tabela 26). Classificando-se os financiadores, de modo geral, como: i) *vinculados*, contendo financiadores que doaram nos dois ciclos ((2010 e 2014) para os mesmos cargos, ideologia e candidatos; ii) *estratégicos*, incluídos aí financiadores que doaram para os mesmos cargos, ideologias e candidatos, mas, também para cargos, ideologia e candidatos diferentes nos dois ciclos; e *desvinculados*, perfil que reúne o conjunto de financiadores que efetuou doações para cargos, ideologias e candidatos completamente distintos nos dois ciclos.

A seguir apresentam-se dados exploratórios decorrentes da aproximação e cruzamento das variáveis dependentes (resultado eleitoral) e independentes mobilizadas para este modelo

### 5.1 Perfil financiador versus resultado eleitoral

Identificados os diferentes perfis de financiadores cabe saber se estes perfis podem guardar alguma relação com os resultados eleitorais. Com vistas a este objetivo, controlou-se a distribuição normal de eleitos dentre os financiadores, apresentada abaixo, comparando-se tal distribuição de acordo com os perfis dos financiadores. Espera-se, com isso, identificar se há variação importante no número de eleitos entre os ciclos a depender do perfil do financiador.

A tabela abaixo informa a variação no número de eleitos, em 2010 e 2014, controlando-se pelo perfil geral dos financiadores. No geral observa-se que os perfis com as maiores diferenças indicando o aumento no número de eleitos foram aqueles que adotaram comportamento estratégico, seguidos por financiadores de perfil *desvinculado*. Inversamente, o perfil de financiadores vinculados aponta que neste perfil está o menor contingente de financiadores que conseguiram aumentar o número de eleitos entre o ciclo de 2010 e 2014, embora não sejam estes financiadores aqueles que tenham obtido o maior número de casos em que houve diminuição no número de eleitos. O perfil vinculado<sup>4</sup>, que está será usado como variável *dummy* nos testes de regressão adiante, apresentou um dos menores percentuais (13%) de financiadores que aumentou o número de eleitos entre um ciclo eleitoral e outro. Este perfil representa financiadores que doaram exatamente para o mesmo partido, cargo, ideologia e candidato nos dois ciclos eleitorais. Este dado pode significar que financiadores vinculados adotam, como investidores, estratégias mais conservadoras, o que coincide também com o alto percentual de financiadores (74%) que mantiveram o número de eleitos neste perfil.

Tabela 54: Variação de eleitos (2010/2014) por perfil geral

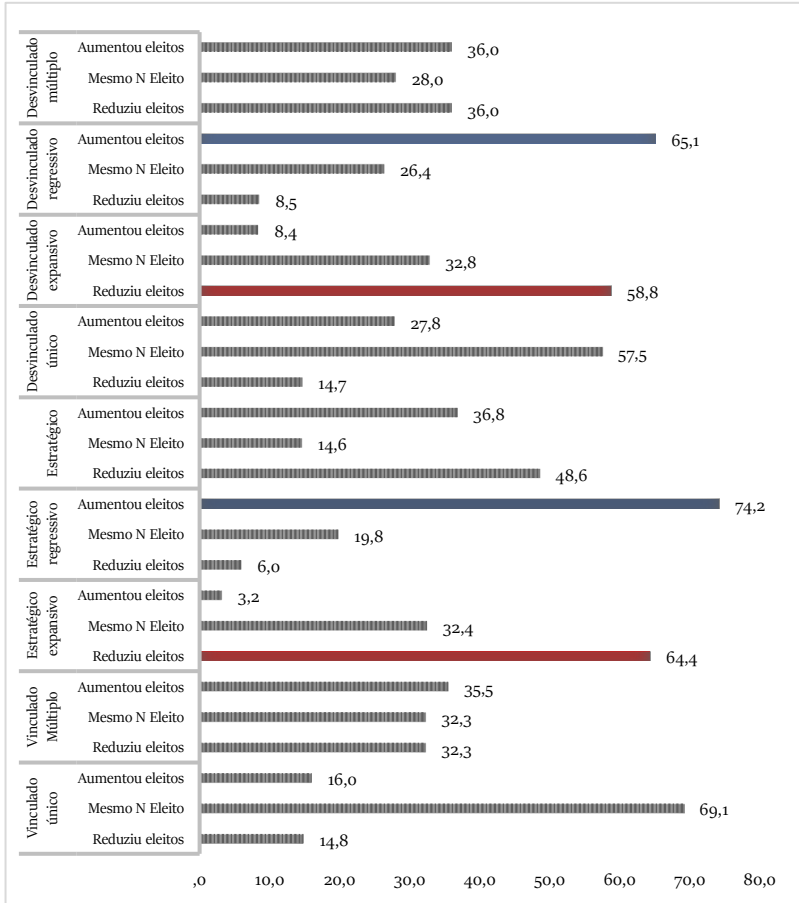
Perfil Geral	Reduziu eleitos	Mesmo N Eleito	Aumentou eleitos	N
Vinculado04	13%	74%	12%	377
Estratégico07	28%	56%	16%	64
Vinculado06	7%	75%	18%	44
Vinculado05	22%	51%	27%	81
Vinculado03		71%	29%	14
Vinculado01	43%	25%	32%	327
Estratégico08	11%	56%	33%	9
Estratégico02	27%	36%	36%	91
Desvinculado02	20%	43%	37%	93
Estratégico011	47%	17%	37%	303
Estratégico010	48%	15%	37%	137
Estratégico012	21%	41%	37%	75
Vinculado07	40%	22%	38%	78
Vinculado02	20%	41%	39%	123
Estratégico03	48%	13%	39%	294
Estratégico06	29%	29%	43%	7
Desvinculado01	6%	48%	45%	33
Desvinculado03	41%	12%	47%	17
Estratégico04	38%	13%	50%	8
Estratégico09	31%	14%	55%	91
Estratégico05	20%	20%	60%	5
Vinculado08		20%	80%	5
Estratégico01			100%	4
Estratégico013	100%			2
Total	32%	35%	32%	2282

Fonte: Autor com base em dados do TSE

A associação obtida deste cruzamento é moderada (Coef. Continência ,449) e estatisticamente significativa ( $p < ,000$ ) demonstrando a presença de relação entre os perfis e a variação do número de eleitos. Na tabela abaixo, com a variável perfil construída a partir da observação de quais partidos foram patrocinados pelos financiadores na eleição de 2010 e 2014 fica mais fácil perceber o efeito mencionado acima.

O gráfico abaixo apresenta a distribuição por perfil construído a partir das estratégias de financiamento para *partidos políticos* nos dois ciclos eleitorais. Vale notar os dois perfis que apresentaram os maiores percentuais de redução do número de eleitos, respectivamente, financiadores de perfil *estratégico expansivo* (64,4%) e *desvinculado expansivo* (58,8%).

Gráfico 28: Variação eleitos em 2010 e 2014 por perfil segundo partido financiado em 2010 e 2014



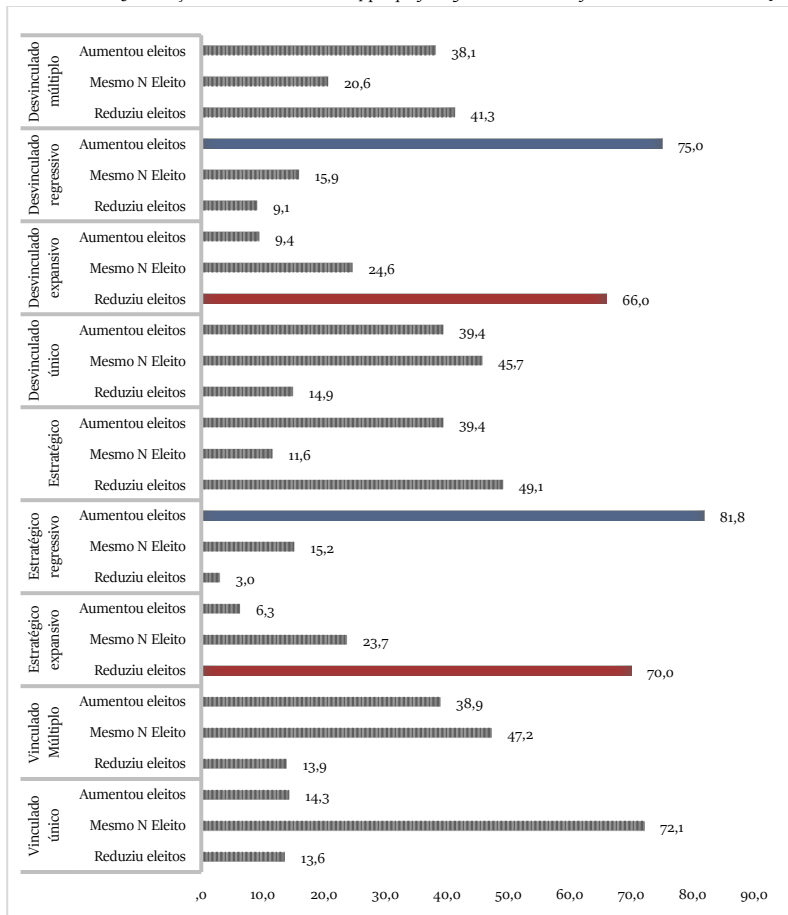
Fonte: Autor com base em dados do TSE

No outro extremo, os financiadores com maior concentração dentre aqueles que aumentaram o número de eleito encontram-se nos perfis *estratégico regressivo* 74,2% e *desvinculado regressivo* com 65,1%. *O dado significa que estes financiadores reduziram o número de financiados (já que ambos são regressivos) mantendo algum vínculo, no caso do primeiro, e sem manter qualquer vínculo com os partidos financiados na eleição anterior, no caso do segundo.*

O que pode sugerir que estes perfis qualificaram o financiamento realizado em 2010, *elegendo mais com menos partidos financiados.* Por

outro lado, financiadores integrantes do perfil estratégico expansivo foram aqueles que tiveram a maior redução no número de eleitos, o que pode reforçar o indicativo visto no capítulo anterior de que um maior número de candidatos pode indicar uma perda de eficiência a partir de um nível marginal. Um indício de que esta interpretação pode estar correta seria a identificação de perfil semelhante controlando-se o perfil por candidatos, o que é apresentado no gráfico a seguir.

Gráfico 29: Variação eleitos em 2010 e 2014 por perfil segundo candidatos financiados em 2010 e 2014



Fonte: Autor com base em dados do TSE

Efetivamente, controlando-se a variação no percentual de eleitos entre as duas eleições, segundo o perfil por candidato, tem-se que os perfis *estratégico regressivos* e *desvinculado regressivo* apresentam os maiores percentuais dentre os financiadores que aumentaram o número de eleitos entre as duas eleições, com 81,8% e 75% respectivamente. O que sugere ser acertada a interpretação de que tais financiadores desenvolveram a estratégia de financiar menos candidatos no ciclo de 2014, sem a preocupação de manter vínculos com candidatos ou partidos, obtendo, entretanto, um maior número de eleitos do que na eleição anterior. Reforça essa percepção o dado de que, por outro lado, financiadores estratégicos e desvinculados expansivos reduziram o número de candidatos eleitos indicando uma menor eficiência no desempenho eleitoral quando aumenta o número de candidatos financiados, ou seja, financiar mais candidatos leva a um maior número de eleitos, mas com uma taxa marginal e crescimento a partir da qual o mero incremento nesse número signifique perda de desempenho.

Estes achados se alinham com a hipótese de pesquisa aqui sustentada de que financiadores reiterados teriam uma maior expertise, e por isso, teriam maiores escores de reiteração.

A fim de apurar melhor esse achado realizou-se o cruzamento das variáveis variação de eleitos em entre 2010 e 2014, com a variação de candidatos, controlando-se pelo perfil do financiador de acordo com os candidatos financiados.

Tabela 55: Variação de eleitos (2010/2014) segundo variação de candidatos por perfil financiador emulado a partir comparação candidatos financiados nos dois ciclos.

PerfilCandidato	Variação Eleitos	N. candidatos financiados		
		Financiou Menos	Mesmo N. Financiados	Financiou Mais
Vinculadoúnico	Reduziu eleitos	5,4%	50,0%	44,6%
	Mesmo N Eleito	7,1%	81,4%	11,5%
	Aumentou eleitos	24,4%	70,5%	5,1%
Vinculadomúltiplo	Reduziu eleitos		80,0%	20,0%
	Mesmo N Eleito	17,6%	64,7%	17,6%
	Aumentou eleitos	21,4%	71,4%	7,1%
Estratégico expansivo	Reduziu eleitos	2,3%	9,0%	88,7%
	Mesmo N Eleito	8,9%	11,1%	80,0%
	Aumentou eleitos	8,3%	25,0%	66,7%



Estratégico regressivo	Reduziu eleitos	60,0%	40,0%	
	Mesmo N Eleito	76,0%	20,0%	4,0%
	Aumentou eleitos	94,8%	3,7%	1,5%
Estratégico	Reduziu eleitos	8,5%	3,8%	87,7%
	Mesmo N Eleito	34,0%	12,0%	54,0%
	Aumentou eleitos	63,5%	10,0%	26,5%
Desvinculado único	Reduziu eleitos	27,7%	63,8%	8,5%
	Mesmo N Eleito	22,2%	76,4%	1,4%
	Aumentou eleitos	42,7%	54,8%	2,4%
Desvinculado expansivo	Reduziu eleitos	5,6%	5,6%	88,8%
	Mesmo N Eleito	6,7%	11,7%	81,7%
	Aumentou eleitos	17,4%	17,4%	65,2%
Desvinculado regressivo	Reduziu eleitos	66,7%	16,7%	16,7%
	Mesmo N Eleito	85,7%	9,5%	4,8%
	Aumentou eleitos	90,9%	5,1%	4,0%
Desvinculado múltiplo	Reduziu eleitos	13,0%	9,8%	77,2%
	Mesmo N Eleito	47,8%	23,9%	28,3%
	Aumentou eleitos	84,7%	8,2%	7,1%

Fonte: Autor com base em dados do TSE

Como esperado, observa-se que nos dois perfis, *estratégico regressivo* e *desvinculado regressivo* houve uma diminuição do número de candidatos financiados, e apesar disso, um aumento do número de eleitos em 94,8% dos casos e 90,9% respectivamente. Além disso, é moderado o grau de associação entre as variáveis (*Coef. Contigência*, 310) e estatisticamente significativo para o perfil estratégico regressivo. Para o perfil desvinculado regressivo, dado o pequeno número de casos, embora moderada, a correlação não tem significância estatística.

## 5.2 Estratégia de financiadores com baixos escores de votos e eleitos em 2010

Dado o suposto apresentado no capítulo anterior de que a reiteração do financiador entre diferentes ciclos eleitorais seria explicada pelas taxas de sucesso eleitoral dos patrocinados, o que poderia explicar a reiteração de financiadores com taxas de sucesso eleitoral menores em 2010?

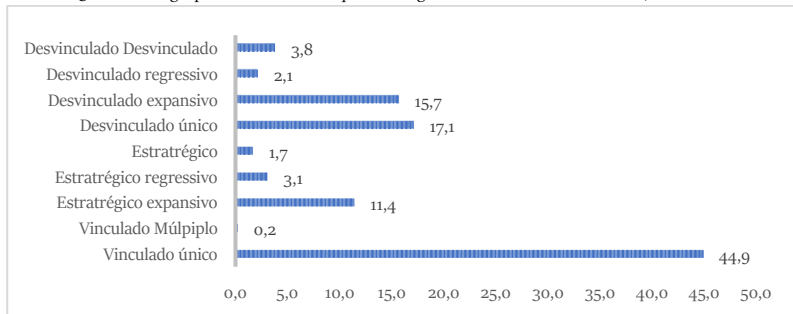
O primeiro dado a se observar é a variação no número de eleitos nos dois ciclos eleitorais. De acordo com o suposto deste trabalho, se espera observar que os financiadores com piores resultados eleitorais em

2010 se enquadrem dentre aqueles financiadores que se classificou como vinculados ou Estratégicos. O raciocínio é mais ou menos o seguinte: financiadores que reiteraram, a despeito de terem tido um resultado eleitoral negativo em 2010, o fariam movidos: a) por vínculos pessoais ou partidários, no caso de financiadores vinculados, ou; b) optariam por financiar candidatos e partidos completamente distintos.

Pressupõe-se, neste corolário, que a reiteração poderia ser explicada pela existência de algum vínculo com os patrocinados (candidatos, partido ou ideologia), ou seja, pelo completo abandono (desvinculação) a partidos, ideologias, e candidatos financiados no ciclo anterior. Um modo de testar é verificar se há relação dos perfis dos financiadores com resultados de 2010. A hipótese seria confirmada se identificado que financiadores com piores resultados, em 2010, integram aqueles perfis vinculados a partidos e candidatos, ou desvinculados. Do contrário, se os perfis com maior desempenho não forem estes, a reiteração seria debitada ainda mais ao resultado eleitoral positivo.

Dado que corrobora esse pressuposto é que 45% daqueles 10% de financiadores que não elegeram seus candidatos patrocinados em 2010 e que voltaram a financiar em 2014 encontram-se no perfil vinculado neste quesito, ou seja, doaram em 2014 para o mesmo candidato para o qual doaram em 2010. No outro extremo, 38,7% destes financiadores doaram para candidatos completamente distintos, enquanto 16% doaram para o mesmo candidato, mas também doaram para outros candidatos.

Gráfico 30: Perfil do grupo de financiadores que não elegeu nenhum candidato em 2010, mas reiterou em 2014



Fonte: Autor com base em dados do TSE

Porém, se considerados financiadores que mantiveram o vínculo com algum candidato e com alguma ideologia, o percentual de financiadores vinculados, dentre o grupo de reiterados que não elegeu nenhum candidato em 2010 chega a 68% dos casos. Trata-se de dado que sugere ser acertado o suposto e que a motivação para a reiteração pode ser também a existência de algum vínculo com candidatos ou campo ideológico.

A tabela abaixo apresenta o resultado para o cruzamento entre as variáveis perfil geral do financiador e resultado eleitoral, obtidos em 2010 e 2014, comparativamente (votos por quartis e eleitos). Na eleição de 2010, pode-se verificar que conforme esperado, *financiadores de perfil vinculado* apresentam uma concentração de votos importante nos primeiros dois quartis de votos, que neste caso, significa votos acumulados inferiores a 229 mil<sup>1</sup>. Do mesmo modo é grande a concentração destes financiadores dentre aqueles que não alcançaram a eleição de nenhum candidato em 2010 (tabela abaixo), ou seja, na sua maioria, tais financiadores tiveram menores taxas de sucesso eleitoral em termos de eleitos e votos obtidos por seus financiados.

Por exemplo, financiadores de *perfil vinculado*<sup>4</sup> (que de acordo com a tabela 26 acima doaram nas duas eleições para candidatos, partidos e cargos idênticos), se concentram em 75% dos casos em votações até o limite de 229 mil. Dos 377 financiadores que se enquadram neste perfil, apenas 1 logrou votos no último quartil, ou seja, em somas acima de 6,6 milhões de votos. Considerando os eleitos por este perfil 33% não elegeram nenhum candidato em 2010, 66% elegeram apenas um candidato, apenas 2% elegeram dois candidatos. Nenhum CNPJ elegeu mais do que dois candidatos. Na eleição de 2014, financiadores deste perfil tiveram uma distribuição de casos muito próxima à de 2010, o que neste caso indica que existiu uma vinculação do financiador de caráter pessoal e independente das votações obtidas. Outro perfil de destaque foi aquele que abrange financiadores que doaram para o mesmo candidato, embora

---

<sup>1</sup> De acordo com tabela 37 com distribuição dos votos por quartis.

tenham doado para cargos e ideologias distintas (*perfil vinculado3*). Financiadores deste perfil concentraram-se no 1º quartil de votos em 94% dos casos, e 64% não elegeram nenhum candidato em 2010.

A exceção dentre os financiadores vinculados está na última linha da tabela, com financiadores de perfil vinculado8, entretanto, neste caso, há apenas cinco CNPJs neste perfil.

Os financiadores que nas eleições de 2010 e 2014 dirigiram seus recursos para partidos e candidatos completamente distintos, ou seja, de perfil desvinculado, também obtiveram baixos escores de votação total, em 2010, o que também se alinha ao suposto deste trabalho. O perfil desvinculado1, por exemplo, que efetuou doações para o mesmo cargo, mas também para candidatos e partidos distintos, concentra quase 90% dos financiadores em votações inferiores a 229 mil. Dado que se verifica que em 2014 financiadores desvinculados obtiveram votações piores e elegeram menos candidatos, poderíamos interpretar que tais financiadores também reiteraram de modo independente ao resultado eleitoral.

Já os financiadores *Estratégicos*, estão dentre aqueles com os melhores saldos em votações e eleitos obtidos em 2010, mantendo tais escores em 2014. Um exemplo disso verifica-se no perfil Estratégico11 (doação para ideologias e cargos diferentes nos dois ciclos mantendo vínculo ao menos a uma ideologia ou cargo e para candidatos completamente distintos nos dois ciclos). Financiadores deste perfil abrangeram 13% dos casos (N. 303). Dentre financiadores deste perfil a concentração de CNPJs com número de eleitos acima de 5 correspondente ao último quartil e chegou a 47%, na eleição de 2010, e 44%, na eleição de 2014.

Tabela 56: Distribuição de financiadores por perfil de acordo com total de votos (2010/2014) por CNPJ em quartis

Perfil	1 quartil		2 quartil		3 quartil		4 quartil	
	2010	2014	2010	2014	2010	2014	2010	2014
Vinculado1	24	22	18	22	28	27	29	28
Vinculado2	34	40	41	24	15	20	9	15
Vinculado3	93	71	7	29			0	0
Vinculado4	49	58	36	33	14	8	2	1
Vinculado5	31	31	30	35	27	28	12	6
Vinculado6	52	64	39	25	9	7	0	5
Desvinculado1	36	67	52	30	9	3	3	0

Desvinculado2	33	44	41	26	16	22	10	9
Estratégico1	50	75		25	25		25	0
Estratégico2	27	38	20	23	31	30	22	9
Estratégico3	8	12	22	17	24	30	46	40
Estratégico4	38	50	25	13	38	25	0	13
Desvinculado3	18	29	18	24	41	35	24	12
Estratégico5	40	40	20		20	40	20	20
Estratégico6	14	43	14	43	43		29	14
Estratégico7	30	30	22	27	19	36	30	8
Estratégico8		22	56	67	33	11	11	0
Vinculado7	13	12	15	28	36	32	36	28
Estratégico9	18	15	13	35	46	32	23	18
Estratégico10	14	12	19	27	31	30	36	31
Estratégico11	9	8	16	18	27	30	47	44
Estratégico12	13	27	25	35	48	32	13	7
Estratégico13			50		50	50	0	50
Vinculado8			20	60	40		40	40

Vinculado 1 = mesmo candidato e ideologia – Vinculado 2 = mesma ideologia – Vinculado 3 = mesmo candidato – Vinculado 4 = Mesmo candidato cargo e ideologia – Vinculado 5 = Mesma ideologia e cargo – Vinculado 6 = mesmo cargo e candidato- Vinculado 7= Mesma ideologia, mesmo cargo candidato mesmo e diferente- Vinculado 8= Ideologia e cargo mesmo e diferente, mesmo candidato - Desvinculado1 = candidatos e ideologias diferentes mesmo cargo – Desvinculado 2 = Cargo, candidato e ideologia diferentes – Desvinculado3 = Candidato e ideologia diferente, cargo mesmo e diferente

Fonte: Autor com base em dados do TSE

A associação entre as variáveis é moderada (Coef. Contigência 488/2010 e 482/2014) e estatisticamente significativa. É notável na tabela abaixo oriunda do cruzamento das variáveis perfil financiador e *eleitos por quartil* que financiadores que logram eleger são aqueles de perfil Estratégico. O *perfil Vinculado7* foi considerado como vinculado em razão de que o financiador efetuou doações para a mesma ideologia e cargo de modo exclusivo, mas efetuou doações de modo desvinculado para ao menos um candidato financiado em outra eleição e para mais candidatos.

Tabela 57: Distribuição de financiadores por perfil de acordo com total de eleitos (2010/2014) por CNPJ em quartis

Perfil	0		1		2		3-5		Acima de 5	
	2010	2014	2010	2014	2010	2014	2010	2014	2010	2014
Vinculado1	26	2	42	4	14	19	14	14	4	6
Vinculado2	2	41	74	57	5	2	2			
Vinculado3	64	93	36	7						
Vinculado4	31	33	66	65	2	2				
Vinculado5	26	27	62	59	6	7	5	2	1	4
Vinculado6	39	55	61	45						
Desvinculado1	15	48	79	52	6					
Desvinculado2	28	42	7	57	2	1				

Estratégico1		25	25	5	5	25	25			
Estratégico2	29	4	57	54	13	3	1	2		1
Estratégico3	1	15	31	24	24	15	24	26	1	19
Estratégico4	38	5	38	13	25	25		13		
Desvinculado3	24	35	35	35	24	18	18	6		6
Estratégico5	6	8	4	2						
Estratégico6	29	29	57	71	14					
Estratégico7	23	42	77	58						
Estratégico8	11	22	56	33	11	44	22			
Vinculado7	9	13	21	22	23	15	26	33	22	17
Estratégico9	11	14	24	25	2	27	36	25	9	8
Estratégico1	17	15	41	37	16	23	2	13	7	11
Estratégico11	11	13	27	28	23	16	22	17	16	26
Estratégico12	12	17	52	49	19	21	17	11		1
Estratégico13			1			1				
Vinculado8			6	1	4					

Vinculado 1 = mesmo candidato e ideologia - Vinculado 2 = mesma ideologia - Vinculado 3 = mesmo candidato - Vinculado 4= Mesmo candidato cargo e ideologia - Vinculado 5 = Mesma ideologia e cargo - Vinculado 6 = mesmo cargo e candidato - Vinculado 7= Mesma ideologia, mesmo candidato mesmo e diferente- Vinculado 8= Ideologia e cargo mesmo e diferente, mesmo candidato - Desvinculado1 = candidatos e ideologias diferentes mesmo cargo - Desvinculado 2 = Cargo, candidato e ideologia diferentes - Desvinculado3 = Candidato e ideologia diferente, cargo mesmo e diferente

Fonte: Autor com base em dados do TSE

A associação entre as variáveis é substancial (Coef. Contigência ,505/2010 e ,533/2014) é estatisticamente significativa ( $p < 0,000$ ).

A tabela abaixo resume estes resultados para a variável perfil do financiador agregada em três categorias. Na tabela de 2010, verifica-se que os perfis com maior concentração dentre aqueles que não elegeram nenhum candidato, são, conforme a hipótese, os perfis *vinculado* e *desvinculado*. Por outro lado, o *perfil estratégico*, ou seja, aquele a um só tempo vinculado e desvinculado, foi o que obteve o maior número de financiadores que lograram eleger mais do que 5 candidatos, chegando a quase 9% dos casos em 2010 e quase 15% em 2014. Identificou-se uma associação moderada (Coef. Contingencia ,328) e significamente estatística ( $p < 0,000$ ) entre as variáveis.

Este dado reforça o suposto de que a reiteração por financiadores de *perfil vinculado* se explicaria por algum tipo de compromisso havido entre financiadores e candidatos ou partidos. Além disso, note-se que 55% dos financiadores de perfil vinculado elegeram ao menos 1 candida-

to. Evidente que este dado deve ser interpretado à luz do número de candidatos financiados por cada doador. Assim, conforme se infere da tabela abaixo se identificando que 65,4% dos financiadores vinculados financiaram apenas um candidato, pode-se inferir que o vínculo possivelmente deveu-se à eleição deste candidato no ciclo anterior. Além disso, em 2014 as taxas de sucesso eleitoral destes financiadores tiveram um pequeno incremento com relação aos números de 2010.

Já com relação a financiadores que classificamos como *desvinculados*, por terem financiado candidatos e partidos distintos nos dois ciclos, observa-se que se concentram em candidaturas únicas em 75% dos casos no ano de 2010. Estes financiadores obtiveram, em 67,8% das vezes, a eleição de pelo menos um candidato. Isto, porém, não explica porque tais financiadores se desvincularam de seus patrocinados (na medida em que o resultado positivo de tais patrocinados deveria favorecer a manutenção do apoio no ciclo seguinte).

Tabela 58: N. candidatos Financiados por Perfil 2010

Perfil Simples	Candidatos por CNPJ por quartis				Total
	1	2	3-5	Acima de 5	
Vinculado	65,4%	13,3%	9,8%	11,5%	1049
Estratégico	22,5%	21,7%	19,0%	36,8%	1090
Desvinculado	75,2%	21,2%	1,5%	2,2%	143
Total	46,3%	17,7%	13,5%	22,5%	2282

Fonte: Autor com base em dados do TSE

Tabela 59: N. Eleitos por perfil 2010

Perfil Simples	Eleitos por CNPJ por quartis 2010					Total
	0	1	2	3-5	Acima de 5	
Vinculado	26,8%	55,3%	8,1%	7,0%	2,9%	1049
Estratégico	14,3%	37,5%	19,5%	19,8%	8,8%	1090
Desvinculados	24,5%	67,8%	5,6%	2,1%		143
Total	20,7%	47,6%	13,4%	12,8%	5,5%	2282

Tabela 60: N. candidatos Financiados por Perfil 2014

Perfil Simples	Candidatos por CNPJ por quartis				Total
	1	2	3-5	Acima de 5	
Vinculado	62,1%	17,7%	5,6%	14,5%	1049
Estratégico	20,8%	24,2%	16,3%	38,7%	1090
Desvinculado	82,0%	13,7%	1,4%	2,9%	143
Total	44,5%	20,4%	10,2%	24,8%	2282

Fonte: Autor com base em dados do TSE

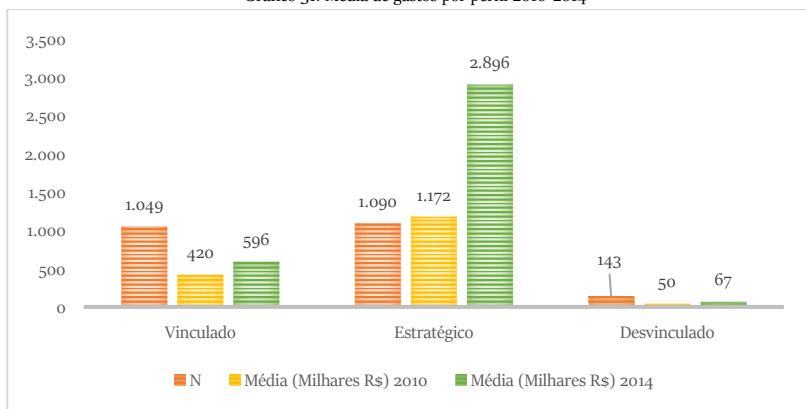
Tabela 61: N. Eleitos por perfil 2014

Perfil Simples	Eleitos por CNPJ por quartis 2014					Total
	0	1	2	3 -5	Acima de 5	
Vinculado	29,5%	51,4%	8,5%	7,1%	3,5%	1049
Estratégico	18,9%	33,5%	16,2%	16,6%	14,8%	1090
Desvinculado	42,7%	53,1%	2,8%	,7%	,7%	143
Total	25,2%	42,9%	11,8%	11,3%	8,7%	2282

Fonte: Autor com base em dados do TSE

Inserindo a variável valor total da doação aportada por financiador, controlando-se pelo perfil dos financiadores, pode-se observar que financiadores desvinculados estão nitidamente dentre aqueles com as menores médias de financiamento. Em 2010, a média de financiamento para estes doadores foi de R\$ 50 mil e, em 2014, de R\$ 64 mil, ao passo que a média para financiadores vinculados foi oito vezes maior e a média para financiadores estratégicos chegou a quase 50 vezes mais alcançando o valor médio de R\$ 2,8 milhões, em 2014. Portanto, talvez o financiamento de empresários neste perfil Estratégico esteja dentro de um contexto distinto de *financiadores vinculados* que doam por uma questão de vínculos partidários ou pessoais, e aqueles que doam por uma questão *estratégica* de busca por resultados e influência. Mas somente teste mais robustos podem confirmar estas expectativas, o que foi realizado na seção que segue.

Gráfico 31: Média de gastos por perfil 2010-2014



Fonte: Autor com base em dados do TSE



Na seção que segue, serão realizados testes estatísticos para apurar a relevância destas variáveis aqui construídas e se elas podem ajudar a compreender um pouco mais sobre os financiadores eleitorais.

### **5.3 Teste de hipóteses: financiadores reiterados possuem melhor desempenho eleitoral?**

O objetivo deste capítulo residiu em observar apenas os doadores reiterados identificando a partir daí como tais financiadores distribuíram seus recursos em cada um dos ciclos eleitorais estabelecendo distintos perfis de financiamento. A partir de referencial teórico que afirma existência de diferentes perfis de financiadores (MCMENAMIN, 2012 E SPECK, 2016), problematiza-se se seria possível identificar tais perfis dentre os financiadores brasileiros a partir da observação das estratégias dos financiadores no tempo (reiterados) e se, além disso, seria possível afirmar que determinados perfis de financiadores seriam mais bem-sucedidos do que outros em relação ao resultado eleitoral na busca por influência política. Adotou-se como hipótese de pesquisa, neste aspecto, a assertiva de que *seria possível identificar financiadores vinculados e oportunistas/estratégicos no que diz respeito ao engajamento eleitoral sustentando-se a hipótese de que perfis oportunistas/estratégicos teriam maior êxito eleitoral, o que se traduziria na eleição de um maior número de candidatos, ou mais votos, com menos recursos, proporcionalmente*. Esta hipótese implica na hipótese contrafactual de que financiadores estratégicos teriam maior sucesso, já que os financiadores vinculados ou ideológicos permaneceriam fieis aos seus patrocinados entre dois ciclos eleitorais independentemente dos resultados. De certa forma, o suposto de que financiadores estratégicos teriam maior desempenho eleitoral é resultado da própria definição da categoria, já que eles abandonaram candidaturas de baixo desempenho no ciclo anterior.

Em alguma medida os dados analisados na seção anterior indicam o acerto destes supostos, porém é necessário submeter estas variáveis a testes mais sofisticados, que embora ainda não impliquem necessaria-

mente pela rejeição ou confirmação definitiva de tais hipóteses podem auxiliar a compreender um pouco melhor sobre como financeiros decidem o engajamento entre os diferentes ciclos eleitorais.

Para o teste das hipóteses sustentadas no que tange ao perfil do financiador eleitoral elaborou-se um modelo de regressão linear multivariada com os dados relativos aos financiadores reiterados controlando-se: 1) Var Dependente: Total de Eleitos 2014; 2) Variável independente: a) Perfil partido; b) valor; c) Ideologia; d) CNAE; e) N. candidaturas apoiadas.

A variável *perfil* foi construída como demonstrado acima (item 2.5) a partir do cargo partido, ideologia e candidato para os quais o financiador doou em cada ciclo chegando-se a partir disso a um perfil geral.

Desta forma, desenvolveram-se submodelos testando-se a variável independente perfil sob cada um destes critérios, ou seja, perfil por partido, perfil por ideologia, perfil por candidato e perfil geral que articula o perfil por cada uma destas variáveis. Além disso, em cada submodelo a variável perfil foi testada de maneira desagregada (nove categorias) e agregada em apenas três categorias. A tabela abaixo ilustra o modelo:

Tabela 62: Modelos regressão linear multivariada - Modelo 3

SubModelo	VD	VI	VI	VI	VI	VI
1	Resultado N. eleitos	Perfil por partido 9 e 3 categorias	Valor doado	CNAE	Ideologia	n. CAND
2	Resultado N. eleitos	Perfil por ideologia 9 e 3 categorias	Valor doado	CNAE	Ideologia	n. CAND
3	Resultado N. eleitos	Perfil por candidato 9 e 3 categorias	Valor doado	CNAE	Ideologia	n. CAND
4	Resultado N. eleitos	Perfil geral 9 e 3 categorias	Valor doado	CNAE	Ideologia	n. CAND

### 5.3.1 Perfil por partido versus resultado eleitoral 2014

Neste primeiro modelo testou-se se os perfis dos financiadores emulados a partir da comparação dos partidos financiados nos dois ciclos por doadores reiterados são estatisticamente relevantes e se afetam o resultado eleitoral (número de eleitos), obtido na eleição de 2014. O modelo foi roda-

do segundo o método *enter* com a inclusão sequencial das variáveis independentes em cinco passos. Neste modelo somente no quinto e último passo todas as variáveis independentes são testadas de modo simultâneo.

O modelo apresentou significância estatística para a maioria das variáveis e um  $R^2$  ajustado bastante alto quando inseridas todas as variáveis no último passo. O  $R^2$  ajustado para o primeiro passo quando inserida somente a variável *perfil por partido* informou que essa variável explica 0,052, ou seja, cerca de 5% da variação total do modelo. A tabela abaixo apresenta os resultados apenas para as variáveis que apresentaram significância estatística.

### ***Perfil por partido***

De modo geral, o modelo informa que financiadores que financiaram partidos diferentes nos dois ciclos mantendo o vínculo com pelo menos uma legenda partidária (*perfil estratégico*), possuem maiores taxas médias de sucesso eleitoral em relação a financiadores puramente desvinculados ou totalmente vinculados a partidos apoiados no ciclo anterior. Portanto, o teste de regressão confirma as evidências destacadas nas etapas anteriores durante a fase exploratória dos dados. Porém, a variável deixa de ser estatisticamente significativa quando inseridas no modelo a variável *setor econômico* e *n. de candidaturas*.

Ainda assim, observando a variável de forma isolada tem-se que financiadores de *perfil estratégico*, elegem em média 8,6 candidatos a mais do que financiadores de outros perfis. Quando a variável *perfil* foi conjugada com a variável *valor total da doação* o número médio de candidatos eleitos é de 5,2 por financiadores de perfil estratégico. E quando rodada com as variáveis *valor da doação* e *ideologia* o número médio de candidatos eleitos foi de 1,9 em relação a financiadores de outros perfis.

Esse dado articulado com a informação de que este perfil representa a maioria dos financiadores observados neste modelo (33%) reforça a suposição comum de que o financiador observa o capital político do par-

tido, independentemente de como se informa sobre isso, e migra na eleição seguinte para o partido mais bem avaliado, já que esta parece ser a estratégia preditora das maiores chances de um financiamento eleitoral bem-sucedido em termos de resultado eleitoral.

### ***Valor da doação***

No que tange às variáveis de interação, a variável valor total da doação foi estatisticamente significativa em todos os passos, informando que cada R\$ 1 milhão investido elege em média 0,75 candidatos com pouca variação neste número com a inserção das demais variáveis de interação.

### ***Ideologia***

A variável ideologia é estatisticamente significante, porém ela diz mais sobre o perfil do financiador do que propriamente sobre a ideologia. Financiadores que optam por financiar todos os campos ideológicos (*esquerda, direita e centro*), logram eleger em média até 10 candidatos a mais com relação a outros financiadores. Portanto vale muito mais o comportamento desvinculado/estratégico de financiar várias ideologias no mesmo ciclo, do que manter um financiamento a um campo ideológico específico. Além disso, esta variável está relacionada diretamente ao número de candidatos financiados, quando a variável *n. de candidatos financiados* entra no modelo (5. Passo) o valor de candidatos eleitos por financiadores que apoiaram a todas as ideologias cai para 2,6.

### ***CNAE***

A variável setor econômico apresentou significância estatística apenas para o setor financeiro, cujos financiadores elegeram em média 4,4 financiadores a mais do que financiadores de outro setor, e 2,05 quando controladas todas as outras variáveis.

## N. candidatos

A inclusão do variável *número de candidatos* produziu fortes efeitos no modelo, alterando todos os escores apresentados nos passos anteriores. De fato, é evidente que quanto maior o número de candidatos financiados maiores as chances de um financiador obter um maior número de eleitos. Mas este efeito foi mitigado nos modelos anteriores, visto que um maior número de candidaturas aumenta o número de eleitos, mas pode reduzir o aproveitamento de R\$/voto na regressão. Porém, ainda assim, o modelo explica que além do número de candidatos, e, por conseguinte a variável *recursos econômicos* (R\$) necessários para financiar um maior número de candidaturas, as outras variáveis também podem importar para definir o êxito do financiamento realizado.

Tabela 63: Resultado regressão linear multivariada. Var Dep: Total de Eleitos 2014; Var Ind:

a) Perfil por partido; b) valor; c) Ideologia; d) CNAE; e) N. cand.

Variável independente	Variável Dependente: Total N. Eleitos 2014									
	Passo 1		Passo 2		Passo 3		Passo 4		Passo 5	
	B	Beta	B	Beta	B	Beta	B	Beta	B	Beta
Estratégico	8,692	,035	5,215	,146	1,913	,053**				
Estrat. Expansivo			1,910	,031						
Valor (R\$ milhão)			0,753	,844	,727	,815	,725	,813	-,194	- ,218
Direita,esq. centro					10,198	,194	10,166	,193	2,687	- ,003
Setor Construção										
Setor Financeiro							4,488	,047	2,050	,022
N candidatos total									,313	1,14
Constante	,754		,709		,526		,712		,049	
R <sup>2</sup> a	,052		,757		,783		,785		,945	

\* p<0,001 - \*\* p<0,005 \*\*\*p<0,010

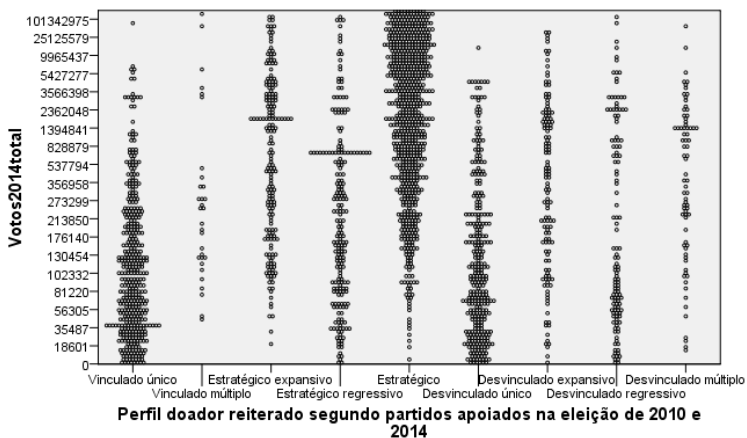
Variável Dependente: Total eleitos p CNPJ/Variável independente: **PERFIL por partido**: Vinculado/único (*dummy*), Desvinculado regressivo, Desvinculado expansivo, Desvinculado único, Estratégico, Estratégico expansivo, Estratégico regressivo, Vinculadomúltiplo VALOR (contínua), IDEOLOGIA: Centro (*dummy*) Esquerda e centro; Direita e centro, Esquerda vs. Outros, Direita esquerda centro vs. Outros, Direita vs. Outros, Direita esquerda vs. Outros, CNAE: Outros (*dummy*) Informação e Comunicação vs. Outros, Financeiro vs. Outros, Comércio vs. Outros, Construção vs. Outros, Indústria vs. Outros, nCandreiterados2014 (contínua).Fonte: Autor com base em dados do TSE

O gráfico abaixo apresenta o efeito do perfil do financiador (x) sobre os votos totais (y) obtidos por cada CNPJ, ilustrando os dados apresentados na tabela acima para estas duas variáveis isoladamente.

No gráfico cada ponto traduz um financiador. O eixo vertical indica o total de votos obtidos pelo conjunto de patrocinados de um financiador. E as colunas indicam os diferentes perfis de financiadores.

Note-se que a coluna de pontos central, que traduz os financiadores estratégicos, apresenta uma grande concentração na parte superior do gráfico, ilustrando o que vimos na tabela anterior, ou seja, que os financiadores deste perfil alcançaram maiores somas de votos com seus patrocinados. Esse gráfico ilustra o que já fora demonstrado na fase exploratória dos dados, há uma predominância de financiadores nos setores vinculado e estratégico, quando considerado o perfil agregado. O gráfico ilustra isso e o melhor desempenho eleitoral de financiadores estratégicos.

Gráfico 32: Dispersão de votos segundo perfil por partido patrocinado na eleição de 2010 e 2014



Fonte: Autor com base em dados do TSE.

O mesmo teste acima foi rodado, substituindo-se a variável perfil segundo a doação para o partido nos ciclos eleitorais de 2010 e 2014 de nove categorias utilizada acima, para sua versão agregada em apenas três

categorias, classificando-se o financiador segundo a estratégia de doação para os partidos nos dois ciclos simplesmente em *Vinculado*, *Desvinculado e Estratégico*. Vinculado é o financiador que apoiou exatamente o(s) mesmo (s) partido(s) nas duas eleições. Desvinculado é aquele que financiou partidos completamente diferentes nos dois ciclos e financiador estratégico é aquele que embora tenha se mantido vinculado a algum partido patrocinado em 2010 financiou também partidos diferentes em 2014. O  $R^2$  ajustado do modelo informa que isoladamente a variável perfil por partido agregado é explicativa de 2% da variação. No quinto passo quando inseridas todas as variáveis independentes no modelo tem-se um escore explicativo de 94% da variação.

A variável *perfil do financiador por partido agregado* apresentou significância estatística nos dois primeiros passos, mas deixou de ser significativa quando inseridas as variáveis setor econômico e ideologia. Tomada de forma isolada, a variável perfil do financiador informa que financiadores de *perfil estratégico* em relação ao partido apoiado nos dois ciclos elegem em média 4,5 candidatos a mais do que financiadores vinculados ou puramente desvinculados. Quando inserida a variável valor no modelo o escore de eleição para financiadores estratégicos em relação ao partido patrocinado foi de três candidatos a mais do que financiadores de outros perfis.

Outra variável que apresentou significância estatística em todos os passos foi o valor do financiamento. No segundo passo identificou-se que cada milhão (R\$) investido significou a eleição de 0,7 candidatos.

A variável ideologia, quando inserida no modelo, retirou a significância estatística do perfil. Mas demonstrou que financiadores que doaram para todas as ideologias – direita, esquerda e centro - (estrategicamente, portanto) elegerem em média 11,3 candidatos a mais. Esse escore diminui para 3,1 quando inserida a variável de controle *n. de candidaturas*.

A variável setor econômico indicou que financiadores do setor financeiro elegerem em média 4,6 candidatos a mais do que financiadores de outros setores econômicos. Valor que caiu para 2 eleitos a mais quando inserida a variável de controle *n. de candidaturas*.

Tabela 64: Resultado regressão linear multivariada. Var Dep: Total de Eleitos 2014; Var Ind:

a) Perfil por partido agregado; b) valor; c) Ideologia; d) CNAE; e) N. cand.

Variável independente	Variável Dependente: N. Eleitos (reiterados)									
	Passo 1		Passo 2		Passo 3		Passo 4		Passo 5	
	B	Beta	B	Beta	B	Beta	B	Beta	B	Beta
Estratégico	4,956	,142	3,024	,087						
Valor (R\$ milhão)			,761	,854	,728	,817	,726	,814	-,195	-,219
Direita,esq. centro					11,43	,217	11,358	,216	3,152	,060
Setor Financeiro							4,614	,049	2,084	,022
N candidatos total										
Constante	,831		,784		,487		,090		-,004	
R <sup>2</sup> a	,020		,746		,782		,784		,945	

\* p&lt;0,001 - \*\* p&lt;0,005 \*\*\*p&lt;0,010

Variável Dependente: Total eleitos p CNPJ

Variável independente: **PERFIL por partido agregado**: vinculado (*dummy*), desvinculado; Estratégico; VALOR (continua), IDEOLOGIA: Centro (*dummy*) Esquerda e centro; Direita e centro, Esquerda vs. Outros, Direita esquerda centro vs. Outros, Direita vs. Outros, Direita esquerda vs. Outros, CNAE: Outros (*dummy*) Informação e Comunicação vs. Outros, Financeiro vs. Outros, Comércio vs. Outros, Construção vs. Outros, Indústria vs. Outros, nCandReiterados2014 (continua).Fonte: Autor com base em dados do TSE

### 5.3.2 Perfil por Ideologia versus resultado eleitoral 2014

Em outro teste, controlou-se o resultado eleitoral através do número total de eleitos por doador (variável dependente) pelo *perfil do financiador segundo a ideologia* para a qual as doações foram dirigidas nos dois ciclos. A classificação ideológica foi simplificada em centro, direita e esquerda e outros, para permitir a classificação.

Neste caso a variável perfil do financiador de acordo com a ideologia isoladamente apresentou um R<sup>2</sup> ajustado mais satisfatório de 0,078, significando que a variável isolada responde por 7% da variação do modelo. Todas as variáveis apresentaram significância estatística em pelos menos um dos contextos.

#### *Perfil por ideologia*

De acordo com o modelo financiadores de *perfil vinculado múltiplo*, ou seja, que financiaram mais de uma ideologia nos dois ciclos mantendo-se vinculados a todos, elegeram em média 10,3 candidatos a mais que candidatos que se mantiveram vinculados a uma única ideologia. Neste



perfil incluem-se financiadores que doaram para duas ideologias e até mesmo para todas as ideologias, desse modo, o efeito do perfil deve ser ponderado já que há uma colinearidade derivada do número de candidaturas financiadas, já que *vinculado múltiplo* em muitos casos é o financiador que patrocinou a todas as ideologias nos dois ciclos. Desta forma uma das interpretações possíveis é a de que a existência de múltiplos vínculos entre as eleições, os quais se mantidos, leva ao sucesso do investimento eleitoral. Quando inseridas outras variáveis o tamanho do efeito decresce, quando inseridas todas as variáveis, incluindo o n. de candidaturas nota-se que financiadores deste perfil vinculado múltiplo elegeram em média 1 candidato a mais que os demais perfis.

Outro perfil que apresentou significância estatística no modelo foram os financiadores de *perfil estratégico*, que financiaram ideologias diferentes nos dois ciclos, mantendo, porém, o vínculo com pelo menos uma. Financiadores deste perfil apresentaram 4,4 eleitos a mais em relação aos outros financiadores. Esse efeito diminui quando inserida a variável valor do financiamento no modelo (3,1) e deixa de ser estatisticamente significativo quando inseridas outras variáveis.

### ***Valor financiamento***

A variável valor do financiamento apresentou significância estatística no modelo conforme os achados rotineiros da literatura a esse respeito. O modelo informa que cada R\$ milhão investido levou a eleição de 0,57 candidato. Efeito que decresce com a inclusão de outras variáveis no modelo, mantendo-se, entretanto, estatisticamente significativo.

### ***Ideologia***

A variável ideologia retornou resultado estatisticamente significativo apenas para aqueles financiadores que optaram por doar para todas as ideologias em 2014 (esquerda, centro e direita). Tais financiadores tive-

ram a eleição média de sete candidatos a mais do que financiadores que doaram para apenas uma ou duas ideologias, independentemente de quais sejam. Esse efeito caiu para 2,1 quando inseridas todas as variáveis no modelo. Cabe ressaltar que este resultado diz mais sobre o perfil do financiador do que sobre a ideologia. Revela-se que financiadores que doaram de maneira estratégica para todas as ideologias em 2014 tiveram melhor êxito que outros financiadores que não fizeram isso.

### CNAE

Como no modelo anterior, financiadores do setor financeiro elegeram mais candidatos (3,5) em média do que financiadores de outros setores econômicos. Tal efeito cai para 1,6 quando inseridas todas as variáveis preditoras no modelo, mas mantêm-se estatisticamente significativo. Diferentemente do modelo anterior, neste, financiadores do setor de construção também se destacaram, elegendo um candidato a mais em média. Porém, esse resultado deixa de ser estatisticamente significativo quando inseridas as outras variáveis no último passo do modelo.

Tabela 65: Resultado regressão linear multivariada. Var Dep: Total de Eleitos 2014; Var Ind:

a) Perfil por ideologia; b) valor; c) Ideologia; d) CNAE; e) N. cand

Variável independente	Variável Dependente: N. Eleitos (reiterados)									
	Passo 1		Passo 2		Passo 3		Passo 4		Passo 5	
	B	Beta	B	Beta	B	Beta	B	Beta	B	Beta
Vinculadomúltiplo	10,340	,289	5,837	,163	3,967	,111	3,70	,103	1,340	,037*
Estratégico	4,433	,107	3,179							
Estrat. Expansivo			1,341	,035**						
Valor (R\$ milhão)			0,572	,832	0,551	,801	,549	,799	-,147	-,215
Direita,esq. centro					7,865	,008	7,85	,194	2,174	,054
Setor Construção							1,06	,032		
Setor Financeiro							3,51	,048	1,648	,023
N candidatos total									,239	1,136
Constante	,783		,730		,460		,160		,070	
R <sup>2</sup> a	,078		,757		,784		,786		,939	

\* p<0,001 - \*\* p<0,005 \*\*\*p<0,010

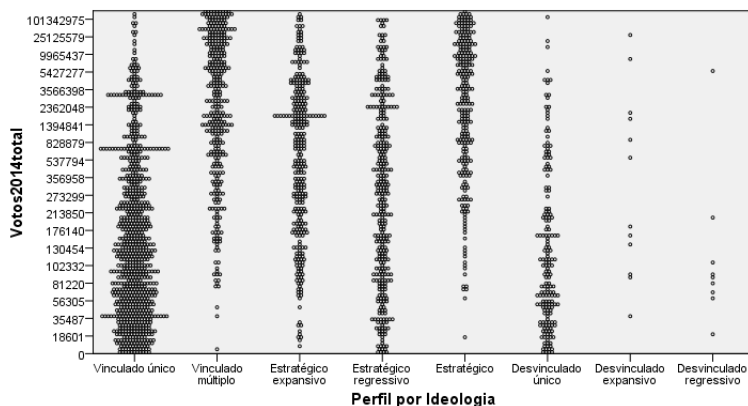
Variável independente: **PERFIL por ideologia**:Vinculadoúnico (*dummy*), Vinculadomúltiplo, Desvinculado regressivo, Desvinculado expansivo, Desvinculado único, Estratégico, Estratégico regressivo, Vinculadomúltiplo VALOR (contínua), IDEOLOGIA: Centro (*dummy*) Esquerda e centro; Direita e centro, Esquerda vs. Outros, Direita esquerda centro vs. Outros, Direita vs. Outros, Direita esquerda vs. Outros, CNAE: Outros (*dummy*) Informação e Comunicação vs. Outros, Financeiro vs. Outros, Comércio vs. Outros, Construção vs. Outros, Indústria vs. Outros, nCandreiterados2014 (contínua). Fonte: Autor com base em dados do TSE

O gráfico de dispersão abaixo ilustra o resultado da regressão linear entre a variável total de votos obtidos pela soma de patrocinados por financiador e o perfil segundo a comparação das ideologias financiadas nos dois ciclos eleitorais.

Fica nítido, no gráfico, o resultado apresentado na tabela acima que revelou que financiadores de perfil vinculado múltiplo elegeram mais em média do que financiadores de outro perfil no que tange a ideologia. Há uma nítida concentração de tais financiadores no topo do gráfico, indicando uma concentração de financiadores deste perfil com altos escores de votos. O mesmo efeito pode ser notado no perfil estratégico, embora neste perfil exista uma menor incidência de financiadores.

Por outro lado, vale destacara que efeito oposto se observa em financiadores vinculados únicos, ou seja, que se mantiveram fieis a apenas uma ideologia nos dois ciclos. Poucos financiadores deste perfil lograram alcançar grandes somas de votos obtidos por seus patrocinados.

Gráfico 33: Dispersão de votos segundo perfil por ideologia patrocinada na eleição de 2010 e 2014



Fonte: Autor com base em dados do TSE

Realizou-se, da mesma forma como foi feito acima, um teste com a variável perfil por ideologia agregada em apenas três categorias. Neste teste a variável perfil do financiador de acordo com a ideologia agregada

soladamente apresentou um  $R^2$  ajustado menos satisfatório de 0,009, significando que a variável isolada responde por menos de 1% da variação do modelo. Todas as variáveis apresentaram significância estatística em pelos menos um dos contextos.

Como demonstrado no teste anterior os financiadores de perfis vinculado e estratégico tiveram melhor desempenho eleitoral em relação ao perfil desvinculado. Estratégicos tiveram um desempenho melhor, elegendo 5 candidatos a mais. Esse valor resiste à inserção da variável *valor do financiamento*. O efeito, porém, caiu para 2,8 candidatos a mais eleitos em média. Com a inclusão das demais variáveis no modelo o perfil deixa de ser estatisticamente significativo.

Como no modelo anterior, outra variável que apresentou significância estatística em todos os passos foi o valor do financiamento. No segundo passo identificou-se que cada milhão (R\$) investido significou a eleição de 0,76 candidatos.

A variável ideologia quando inserida no modelo retirou a significância estatística do perfil. Mas demonstrou que financiadores que doaram para todas as ideologias – direita, esquerda e centro - (estrategicamente, portanto) elegerem em média 12,1 candidatos a mais. Esse escore diminui para 3,4 quando inserida a variável de controle *n. de candidaturas*.

A variável setor econômico indicou que financiadores do setor financeiro elegerem em média 4,7 candidatos a mais do que financiadores de outros setores econômicos. Valor que caiu para 2,1 eleitos a mais quando inserida a variável de controle *n. de candidaturas*.

Tabela 66: Resultado regressão linear multivariada. Var Dep: Total de Eleitos 2014; Var Ind:

a) Perfil por ideologia agregado; b) valor; c) Ideologia; d) CNAE; e) N. cand.

Variável independente	Variável Dependente: N. Eleitos (reiterados)									
	Passo 1		Passo 2		Passo 3		Passo 4		Passo 5	
	B	Beta	B	Beta	B	Beta	B	Beta	B	Beta
Vinculado	***2,389	,071	***1,808	,054						
Estratégico	5,098	,148	2,834	,082						
Valor (R\$ milhão)			,764	,857	,729	,817	,727	,815	-,194	-,218
Direita,esq. centro					12,1	,231	11,948	,227	3,498	,066
Construção							1,505	,035		

Setor Financeiro							4,771	,050	2,179	,023
N candidatos total									,314	1,150
Constante	,678		,611		,214		-,341		-,294	
R <sup>2</sup> a	0,009		,741		,782		,784		,945	

\* p<0,01 - \*\* p<0,05 \*\*\*p<0,10

Variável Dependente: Total eleitos p CNPJ

Variável independente: **PERFIL por ideologia agregado**: vinculado (*dummy*), desvinculado; Estratégico; VALOR (contínua), IDEOLOGIA: Centro (*dummy*) Esquerda e centro; Direita e centro, Esquerda vs. Outros, Direita esquerda centro vs. Outros, Direita vs. Outros, Direita esquerda vs. Outros, CNAE: Outros (*dummy*) Informação e Comunicação vs. Outros, Financeiro vs. Outros, Comércio vs. Outros, Construção vs. Outros, Indústria vs. Outros, nCandriteirados2014 (contínua). Fonte: Autor com base em dados do TSE

Ou seja, de modo geral o modelo que utilizou a variável perfil por ideologia categorizada apresentou resultados próximos ao modelo que utilizou a variável perfil por partido. Com destaque para o caso dos financiadores vinculados múltiplos, que se pode dizer, adotaram comportamento estratégico ao financiar pelo menos duas ideologias idênticas nos dois ciclos eleitorais.

### 5.3.3 Perfil por candidato versus resultado eleitoral 2014

Por fim utilizou-se a variável independente *perfil segundo os candidatos* para os quais os financiadores dirigiram suas doações nos dois ciclos eleitorais. Neste modelo, como nos dois anteriores, também se controlou o resultado eleitoral através do número total de eleitos por doador (variável dependente). Neste caso a variável perfil do financiador de acordo com os candidatos financiados apresentou um R<sup>2</sup> ajustado de 0,061 significando que a variável isolada responde por 6% da variação do modelo. Todas as variáveis apresentaram significância estatística em pelo menos um dos contextos. A tabela abaixo apresenta os resultados para o modelo.

#### ***Perfil***

A principal diferença em relação ao modelo anterior diz respeito a variável *perfil desvinculado múltiplo* que diferentemente dos modelos anteriores também apresentou significância estatística demonstrando

que a estratégia de financiar *candidatos completamente distintos* nos dois ciclos eleitorais também rendeu bons escores de eleição não sendo desaconselhada.

O teste de regressão revelou que financiadores estratégicos em relação ao *candidato* financiado nos dois ciclos chegam a eleger 11 candidatos a mais em relação a outros perfis. Valor que se reduz para 6,8 quando inserida a variável valor do financiamento no modelo, para 3,2 quando inserida a ideologia, 2,9 quando incluído o setor econômico, e finalmente, para 1,02 quando inserido o n. de candidatos financiados. Portanto, o teste informa que mesmo quando controladas outras variáveis importantes o perfil do financiador foi relevante para a definição do desempenho eleitoral dos financiadores, com perfis estratégicos em relação ao candidato financiado nos dois ciclos logrando êxito maior em relação a outros perfis.

### **Valor, ideologia, setor econômico**

Como nos dois submodelos anteriores o valor do financiamento resultou estatisticamente significativo em todos os contextos revelando que cada R\$ milhão investido por financiador levou em média a eleição de 0,75 candidato na eleição de 2014. Valor que diminui com a inserção de outras variáveis no modelo. A variável ideologia e setor econômico também apresentaram resultados semelhantes aos modelos anteriores.

Tabela 67: Resultado regressão linear multivariada. Var Dep: Total de Eleitos 2014; Var Ind:

a) Perfil por candidato; b) valor; c) Ideologia; d) CNAE; e) N. cand

Variável independente	Variável Dependente: N. Eleitos (reiterados)									
	Passo 1		Passo 2		Passo 3		Passo 4		Passo 5	
	B	Beta	B	Beta	B	Beta	B	Beta	B	Beta
Desvinculado múltip	5,405	,095	3,163	,056						
Estratégico	11,315	,263	6,863	,159	3,260	,076	2,996	,070	1,042	,024
Estratégico Expansivo	4,286	,070	3,218	,053	1,971	,032**				
Valor (R\$ milhão)			0,750	,841	,726	,815	,724	,812	-,191	,215
Direita,esq. centro					9,701	,184	9,632	,183	2,611	,050
Setor Construção							1,359	,031***		

Setor Financeiro						4,297	,045	1,974	,021
N candidatos total								,312	1,145
Constante	,672		,623	,374		,014		,080	
R <sup>2</sup> a	,061		,761	,785		,787		,945	

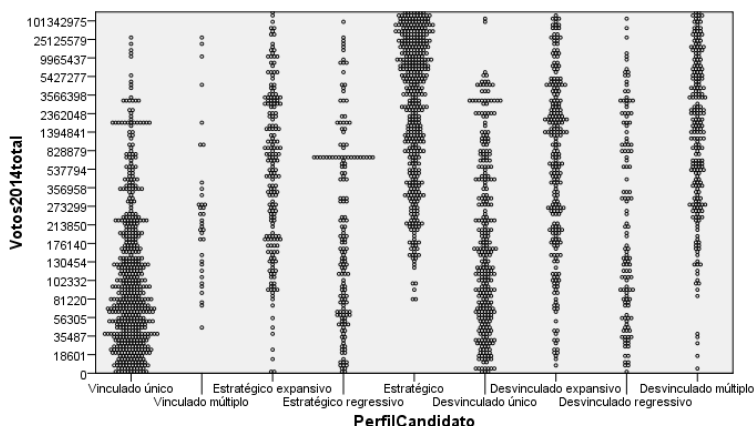
\* p<0,001 - \*\* p<0,005 \*\*\*p<0,010

Variável independente: **PERFIL por candidato:** Vinculadoúnico (*dummy*), Vinculadomúltiplo, Desvinculado regressivo, Desvinculado expansivo, Desvinculado único, Estratégico, Estratégico expansivo, Estratégico regressivo, Vinculadomúltiplo VALOR (contínua), IDEOLOGIA: Centro (*dummy*) Esquerda e centro; Direita e centro, Esquerda vs. Outros, Direita esquerda centro vs. Outros, Direita vs. Outros, Direita esquerda vs. Outros, CNAE: Outros (*dummy*) Informação e Comunicação vs. Outros, Financeiro vs. Outros, Comércio vs. Outros, Construção vs. Outros, Indústria vs. Outros, nCandreiterados2014 (contínua). Fonte: Autor com base em dados do TSE

O gráfico de dispersão abaixo ilustra o efeito do perfil segundo a comparação das doações feitas para candidatos nos dois ciclos sobre os votos obtidos pelo conjunto de patrocinados por um financiador. Nitidamente percebe-se que financiadores estratégicos, ou seja, que abandonaram um ou mais candidatos que haviam patrocinado no ciclo anterior lograram mais votos do que perfis que adotaram comportamento diverso.

No outro extremo, financiadores que se mantiveram vinculados a um candidato nos dois ciclos raramente situaram-se nas maiores faixas de votos. O gráfico também ilustra o efeito observado para financiadores de perfil desvinculado múltiplo comentado acima.

Gráfico 34: Dispersão de votos segundo perfil por candidato patrocinado na eleição de 2010 e 2014



Realizando-se o teste com a variável perfil por candidatos agregada em apenas três categorias, conforme quadro abaixo a variável perfil do financiador isoladamente apresentou o  $R^2$  ajustado mais satisfatório (0,030), significando que a variável isolada responde por cerca de 3% da variação do modelo. Todas as variáveis apresentaram significância estatística em pelos menos um dos contextos.

Os financiadores de perfis estratégico tiveram melhor desempenho eleitoral em relação ao perfil desvinculado e em relação ao perfil vinculado, elegendo 5,3 candidatos a mais em média. Neste modelo o perfil estratégico apresentou os resultados mais consistentes, pois esse valor resiste a inserção das demais variáveis. O efeito, porém, caiu para 3,3 candidatos a mais eleitos em média quando controlado o valor do financiamento. Esse efeito caiu para 1,7 quando controlada a ideologia, para 1,76 quando controlado o setor econômico e 0,7 quando controlado o número total de candidatos financiados.

Tabela 68: Resultado regressão linear multivariada. Var Dep: Total de Eleitos 2014; Var Ind:

a) Perfil por candidato agregado; b) valor; c) Ideologia; d) CNAE; e) N. cand.

Variável independente	Variável Dependente: N. Eleitos (reiterados)									
	Passo 1		Passo 2		Passo 3		Passo 4		Passo 5	
	B	Beta	B	Beta	B	Beta	B	Beta	B	Beta
Vinculado	** 1,82	- ,047	** 1,16	- ,030						
Estratégico	5,383	,152	3,303	,093	1,752	,049	1,763	,050	,708	,020
Valor (R\$ milhão)			,759	,851	,727	,816	,725	,813	-,193	-,217
Direita,esq. centro					10,94	,208	10,80	,205	2,975	,057
Setor Financeiro					4,420	,047			2,012	,021
N candidatos total									,313	1,147
Constante	2,542		1,830		,236		-,302		-,245	
$R^2$ a	,030		,750		,784		,786		,945	

\*  $p < 0,01$  - \*\*  $p < 0,05$  \*\*\*  $p < 0,10$

Variável Dependente: Total eleitos p CNPJ

Variável independente: **PERFIL por candidato agregado**: vinculado (*dummy*), desvinculado; Estratégico; VALOR (contínua), IDEOLOGIA: Centro (*dummy*) Esquerda e centro; Direita e centro, Esquerda vs. Outros, Direita esquerda centro vs. Outros, Direita vs. Outros, Direita esquerda vs. Outros, CNAE: Outros (*dummy*) Informação e Comunicação vs. Outros, Financeiro vs. Outros, Comércio vs. Outros, Construção vs. Outros, Indústria vs. Outros, nCandReiterados2014 (contínua). Fonte: Autor com base em dados do TSE



### 5.3.4 Perfil Geral versus resultado eleitoral 2014

Por fim, construiu-se a partir dos perfis dos financiadores apresentados acima (por ideologia, partido e candidato), como já mencionado neste capítulo, um perfil geral dos financiadores. Tal perfil classificou os financiadores em 27 possíveis combinações, as quais, foram agregadas em três categorias, a saber, financiadores *vinculados*, *desvinculados* e *estratégicos*.

O teste de regressão linear multivariada precisou o peso desta variável no modelo e o grau de afetação do perfil sobre o resultado, bem como a variável reagiu interagindo com outras variáveis de controle (CNAE, Ideologia, N. candidatos).

#### ***Perfil***

Os resultados demonstrados na tabela abaixo se assemelham bastante aos resultados quando a variável perfil foi testada segundo as doações nos dois ciclos para partidos, ideologias e candidatos. Financiadores que não se mantiveram vinculados exclusivamente, ou que não se comportaram de modo puramente desvinculado, ou seja, que apresentaram aquilo que estamos chamando de um comportamento estratégico, tiveram maiores chances de êxito eleitoral logrando a eleição de seus candidatos apoiados em média, até 5,3 candidatos a mais do que os outros financiadores. Quando o valor da doação foi inserido no modelo esta diferença caiu para 3,1 candidatos eleitos. Deixou de ser estatisticamente significativa ( $p < 0,010$ ) quando inseridas as outras variável de controle no modelo (CNAE, Ideologia e N. Candidatos).

#### ***Ideologia***

Como nos modelos anteriores cabe destacar que a ideologia para a qual o financiador dirigiu sua doação não foi estatisticamente significati-

va. Com exceção dos casos em que o doador dirigiu seus recursos para todas as ideologias, caso em que mesmo quando controladas as outras variáveis como o n. de candidaturas, registrou-se em média que tais financiadores lograram eleger 3,2 candidatos a mais do que financiadores que não fizeram isso. Deste modo a ideologia para a qual o financiador dirigiu seus recursos em 2014 diz algo mais sobre o seu perfil. Embora não se possa dizer que a ideologia importe no momento da decisão de doar, a partir destes dados, pode-se dizer que ela revela o caráter estratégico do financiador também neste aspecto ao dirigir suas doações para candidatos independentemente de sua ideologia.

## CNAE

Outra variável relevante no modelo e que apresentou resultados muito similares aos modelos anteriores foi o setor econômico. Financiadores do setor financeiro elegeram mais. A diferença foi de 4,6 no passo no passo quatro e de duas vezes mais quando controladas as outras variáveis.

Tabela 69: Resultado regressão linear multivariada. Var Dep: Total de Eleitos 2014; Var Ind:

a) Perfil geral do financiador; b) valor; c) Ideologia; d) CNAE; e) N. cand

Variável independente	Variável Dependente: N. Eleitos total									
	Passo 1		Passo 2		Passo 3		Passo 4		Passo 5	
	B/Se	Beta	B	Beta	B	Beta	B	Beta	B	Beta
Estratégico	5,313	,157	3,155	,093						
Valor (R\$ milhão)			0,763	,855	0,728	,816	0,726	,814	-	-
									0,195	,220
Direita,esq. centro					11,624	,221	11,36	,216	3,269	,062
Setor Construção							1,356	,031***		
Setor Financeiro							4,620	,049	2,094	,022
N candidatos total									,314	1,151
Constante	2,165		1,710		,280		-198		-112	
R <sup>2</sup> a	,014		,743		,782		,784		,945	

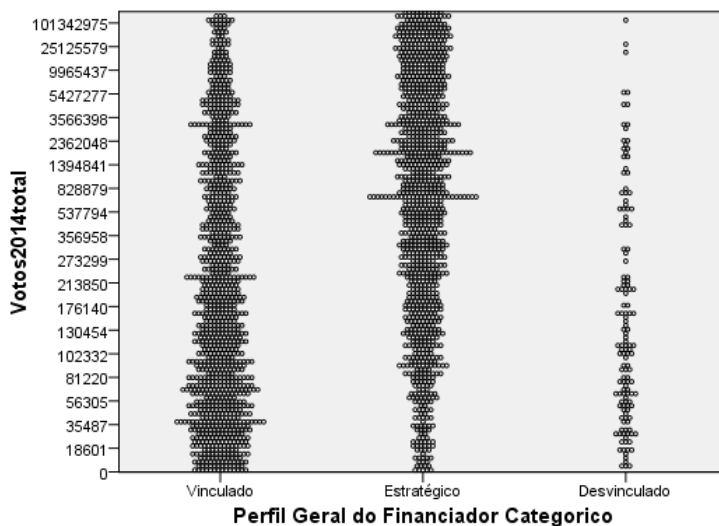
\* p<0,001 - \*\* p<0,005 \*\*\*p<0,010

Variável independente: **PERFIL Geral:** Desvinculado (*dummy*), Vinculado, Estratégico. VALOR (contínua), IDEOLOGIA: Centro (*dummy*) Esquerda e centro; Direita e centro, Esquerda vs. Outros, Direita esquerda centro vs. Outros, Direita vs. Outros, Direita esquerda vs. Outros, CNAE: Outros (*dummy*) Informação e Comunicação vs. Outros, Financeiro vs. Outros, Comércio vs. Outros, Construção vs. Outros, Indústria vs. Outros, NCANDREITERADOS2014 (contínua). Fonte: Autor com base em dados do TSE

O gráfico de dispersão abaixo representa a distribuição de votos obtidos pelo conjunto de patrocinados por financiador de acordo com cada um destes perfis categorizados. Reduzidos os perfis a três categorias fica mais simples a visualização.

Nítidamente, há uma relação inversamente proporcional entre financiadores desvinculados e vinculados. A coluna de pontos (CNPJs) de *financiadores vinculados* se torna mais fina a medida que cresce o escore total de votos, ao passo que *financiadores estratégicos*, inversamente, apresentam uma base mais afinada e o topo mais denso, indicando uma concentração destes financiadores nos altos escores de votos.

Gráfico 35: Dispersão de votos segundo perfil geral agregado do financiador



Fonte: Autor com base em dados do TSE

## 5.4 Discussão dos resultados

O objetivo deste capítulo foi o de identificar como doaram financiadores reiterados em cada um dos ciclos eleitorais dos quais participaram. Com este propósito, a partir da comparação das diferenças existentes foi

possível traçar nove distintos perfis para cada uma das variáveis observadas (partido, ideologia, cargo e candidato). Estes nove perfis foram reduzidos a 3 e a partir da combinação destes perfis identificou-se pelo menos 27 padrões gerais de financiamento quando controlados o cargo, ideologia, partido e candidato para quem as doações foram dirigidas em cada um dos ciclos. Finalmente, estes 27 padrões foram agregados para 3 perfis de doação chegando-se a identificação de doadores estratégicos, vinculados e desvinculados.

A primeira questão a responder de acordo com esse objetivo foi:

- a) *Os financiadores destinaram seus recursos para os mesmos partidos, candidatos, cargos e campos ideológicos nas duas eleições (2010 e 2014)?* Identificou-se que 37% dos doadores financiaram o mesmo cargo nos dois ciclos. Com relação ao partido o vínculo foi mantido em 20% dos casos, valor que sobe para 52% quando considerada a ideologia. Com relação aos candidatos, 25% dos financiadores voltaram a financiar o mesmo postulante que haviam financiado em 2010 também no ciclo de 2014. Entre cargo, partido e ideologia é pequeno o número de financiadores que efetuou doações completamente distintas. Para ideologia apenas 9%, e para partido 17% dos casos doaram para partidos completamente diferentes. Já com relação a candidaturas, 40% doaram para candidatos diferentes nas duas eleições. Doadores estratégicos, que mantiveram algum vínculo, mas também doaram em contextos diferentes constituíram maioria quando considerada a doação por partidos, chegando a 63% dos casos. Agregando-se esses critérios se chegou a identificação de três padrões gerais de financiadores. Respondendo a segunda questão:
- b) *Quais os perfis dos financiadores eleitorais identificado a partir do financiamento reiterado a partidos, cargos, ideologia e candidatos nas duas eleições?* Identificou-se que 46% dos financiadores enquadraram-se no perfil de doadores *vinculados* com base em algum dos critérios. Em termos de volume de recursos estes doadores aportaram 19% de todos os recursos. Apenas 6% dos financiadores doaram de modo completamente distinto nos dois ciclos, enquadrando-se no *perfil desvinculado*. Eles responderam, contudo, por menos de 1% dos recursos totais. Já financiadores *estratégicos* constituíram maioria em termos numéricos (47%) e em volume de recursos, respondendo por 80% de todo o volume de recursos movimentado na eleição de 2014. Indagou-se a partir dos perfis se:
- c) *Naqueles casos que o financiador reiterou a despeito de resultados insatisfatórios na eleição de 2010, a reiteração poderia ser explicada pela existência de algum*

*vínculo com os patrocinados (candidatos, partido ou ideologia)?* Para responder a essa questão isolou-se o conjunto de financiadores que não elegeram seus candidatos patrocinados na eleição 2010 mas que despeito do mal resultado voltaram a reiterar (correspondentes a 10% dos financiadores reiterados). Deste conjunto de financiadores reiterados, 45% encontravam-se no perfil vinculado, ou seja, doaram em 2014 para o mesmo partido ou candidato para o qual doaram em 2010. Porém, ainda observou-se um contingente de 38% destes financiadores doaram para candidatos distintos na eleição seguinte, indicando que a reiteração não pode ser completamente atribuída a existência de vínculos entre os financiadores.

Entretanto, se considerados financiadores que mantiveram o vínculo com algum candidato e com alguma ideologia, o percentual de financiadores vinculados, dentre o grupo de reiterados que não elegeram nenhum candidato em 2010 chega a 68% dos casos. Se considerada a existência de vínculo com o mesmo candidato e partido, chega a 52%, *dado que sugere ser acertado o suposto e que a motivação para a reiteração também pode ser a existência de algum vínculo com candidatos ou campo ideológico.* Por fim, a última e principal questão levantada foi:

d) *Identificados os perfis dos financiadores, teria algum deles maiores taxas e sucesso eleitoral do que outros?* O teste estatístico realizado identificou que financiadores de perfil estratégico levam vantagem em relação a financiadores de perfil vinculado ou desvinculado. Doadores que financiaram partidos, ideologias e candidatos diferentes nos dois ciclos mantendo o vínculo com pelo menos uma legenda partidária, ideologia ou candidato, possuem maiores taxas médias de sucesso eleitoral em relação a financiadores puramente desvinculados ou totalmente vinculados a partidos, ideologias e candidatos apoiados no ciclo anterior. Desta forma, o teste de regressão confirmou as evidências destacadas nas etapas anteriores durante a fase exploratória dos dados.

Portanto, de forma geral todos os modelos confirmam e reforçam a hipótese de que os recursos econômicos são preponderantes para o resultado eleitoral, seja do ponto de vista de quem compete por votos (candidatos e partidos), ou do ponto de vista daqueles que competem por influência política (financiadores). Porém os achados desta tese de doutoramento indicam que o investimento eleitoral do financiador pode levar a

melhores resultados se controladas outras variáveis. O que se traduziu na necessidade de observar que financiadores apresentam diferentes estratégias no momento de decidir financiar uma eleição.

Um dos modos de interpretar o resultado é observar quais das estratégias expressas nos diferentes perfis de financiadores podem ser desaconselhadas, por trazerem piores resultados com relação as outras estratégias que apresentaram boas taxas de retorno em termos de eleição dos candidatos patrocinados, e obtenção de maior influência política.

## Considerações finais

Esta tese teve por escopo observar a reiteração empresarial no financiamento eleitoral e seus efeitos para o sistema de financiamento eleitoral e para a democracia de forma mais geral. A reiteração traduz a repetição de um determinado financiador em mais de um ciclo eleitoral, o, ou seja, a reiteração implica no controle da variação das doações eleitorais ao longo do tempo. Considerou-se reiterada a empresa que tenha efetuado doações para a eleição de 2010 e para a eleição de 2014. Adotou-se o suposto de que a ação empresarial manifesta no engajamento financeiro significa a tentativa de conversão do poder econômico em poder político (PRZEWORSKI, 2011). Com base neste suposto, controlou-se a reiteração para identificar as diferentes estratégias de obtenção de influência política adotada por empresários ou grupos empresariais.

Invariavelmente, as motivações dos financiadores de se engajar no processo eleitoral financeiramente são tomadas como unívocas<sup>1</sup>. Tais abordagens, entretanto, encontram exceções. Snyder Jr. (1992 apud SPECK, 2016), chegou à conclusão de que a relação entre doações e favores não é monotônica. Mancuso (2015), ao realizar o resumo do estado da arte sobre as pesquisas envolvendo financiamento eleitoral, inventariou mais de uma dezena de estudos apontando diferentes motivações que levariam ao engajamento financeiro eleitoral.

Contudo, a maior parte dos trabalhos ainda parece adotar a premissa de que os doadores não se distinguem entre si, identificando-se, no máximo, pesquisas que diferenciam os financiadores pelas categorias

---

<sup>1</sup> Um exemplo disso, sem qualquer demérito aos autores ao fazê-lo, encontra-se em Oliveira e Tonial (2014, p. 115): “[...] não há qualquer ideologia por parte da maioria dos financiadores, principalmente dos grandes grupos econômicos, uma vez que em uma mesma campanha doam as mesmas exorbitantes quantias para os concorrentes mais fortes, vinculados aos partidos tradicionais, com mais tempo de propaganda gratuita, ou seja, com maior chance de eleição”.

econômicas que representam (SANTOS, 2012; 2015). Com este problema em mente, a tese foi orientada por dois objetivos. O primeiro consistiu em identificar a presença da reiteração, em que grau se dá, e as razões para que ocorra, conforme explanei até o momento. O segundo objetivo, dependente do primeiro, constitui-se em identificar a partir da observação de como doaram as empresas reiteradas nos dois ciclos, os distintos padrões de alocação de recursos e estabelecer perfis de financiamento. Busca, ainda, responder se tais perfis se relacionam com os resultados eleitorais obtidos por estas empresas.

Do ponto de vista metodológico, foram desenvolvidos três distintos modelos de análise tomando por base as declarações de gastos dos partidos e candidatos para o TSE, nas eleições de 2010 e 2014. Estes modelos corresponderam, respectivamente, aos capítulos três, quatro e cinco.

No primeiro modelo, a variável dependente foi a reiteração e as variáveis independentes, ou explicativas, foram o resultado eleitoral (2010), financiamento eleitoral, cargo, ideologia, setor econômico e número de candidaturas. Neste modelo, a base de dados correspondeu a informações da eleição de 2010. O teste estatístico foi realizado por intermédio de regressão logística bivariada.

No segundo modelo, por intermédio do teste de regressão linear multivariada, foi testado o efeito das variáveis independentes: reiteração, valor do financiamento, ideologia, setor econômico e número de candidaturas sobre a variável dependente que, neste caso, foi o resultado eleitoral obtido na eleição de 2014. A base de dados correspondeu a informações da eleição de 2014.

O terceiro modelo abrangeu exclusivamente financiadores reiterados. Neste caso, a base de dados trouxe informações das eleições de 2010 e 2014. A variável dependente foi o resultado eleitoral de 2014 e as variáveis independentes foram perfil do financiador, valor do financiamento, setor econômico, ideologia e número de candidaturas. O teste rodado foi a regressão linear múltipla.



Por esta metodologia o financiamento eleitoral esteve presente em todos os modelos. Como variável explicativa da reiteração, no primeiro caso, e do resultado eleitoral, no segundo e terceiro modelos. A variável reiteração esteve presente: (i) como variável dependente, a ser explicada, no primeiro modelo; (ii) como variável independente, explicativa ou preditora no segundo; (iii) como filtro de seleção de dados no terceiro modelo, visto que a amostra de tal modelo reuniu exclusivamente financiadores reiterados nos ciclos de 2010 e 2014, permitindo comparar os padrões de doação nos dois ciclos.

A tese foi estruturada em cinco capítulos. O primeiro capítulo recuperou elementos atinentes ao sistema de financiamento eleitoral como um todo, discorrendo acerca do marco regulatório atual e sobre a natureza do engajamento eleitoral empresarial. O segundo capítulo apresentou dados descritivos sobre o fenômeno introduzido neste trabalho, trazendo informações a respeito da reiteração empresarial no engajamento financeiro eleitoral. No terceiro, quarto e quinto capítulos foram desenvolvidos os três modelos de análise independentes, mencionados acima.

Embora independentes, os três modelos introduzidos nos capítulos finais seguiram o método dedutivo na sua formulação e apresentação. Assim, o capítulo dois apresentou a descrição do fenômeno; no capítulo três testaram-se as causas do fenômeno da reiteração, confirmando-se a hipótese de que é derivado, em parte, do sucesso eleitoral; no capítulo quatro confirmou-se que o fenômeno da reiteração é, por sua vez, causador de maior desempenho eleitoral no ciclo eleitoral seguinte; e no quinto e derradeiro capítulo formulou-se um modelo a partir do qual pode se apreender mais sobre as motivações do próprio ato de financiar, resenhando-se padrões que por sua vez derivaram perfis de financiamento, os quais submetidos a novo teste de desempenho eleitoral apontaram a presença de padrões/perfis de financiamento mais bem sucedidos do que outros.

A abordagem presente em cada um dos capítulos desta tese foi orientada, basicamente, pelos problemas e hipóteses que gravitaram em torno do eixo reiteração e seus efeitos para o sistema de financiamento eleitoral e para a democracia. A seguir apresenta-se resumidamente os resultados da pesquisa retomando-se cada uma das questões que orientaram-na, conforme expresso na introdução.

Desta forma, retomando tais questões pode-se resenhar, a partir dos dados e dos testes realizados nesta tese, os seguintes resultados:

a) Qual a população de financiadores reiterados no universo total de empresas que opta por se engajar financeiramente no processo eleitoral brasileiro? Qual a importância da reiteração no sistema de financiamento eleitoral privado (empresarial) brasileiro?

Não há registro de outros trabalhos que tenham tratado da reiteração no financiamento eleitoral. Assim, a hipótese de trabalho neste particular era a de que haveria um número significativo de empresas reiteradas. Tal hipótese, que se confirmou em parte, derivou do fato que serviu de *insight* para a realização desta pesquisa. Ou seja, a identificação, no âmbito da operação Lava Jato, da presença de grupos empresariais responsáveis pelo financiamento eleitoral dos principais partidos e candidatos nas eleições brasileiras ao longo do tempo a ponto de que o executivo Emilio Odebrecht, patriarca do Grupo, em depoimento judicial ao juiz Sergio Moro, ter informado que o esquema de financiamento eleitoral da empresa era antigo, remontando há mais de 20 anos de existência. Os dados coligidos demonstraram um considerável escore de reiteração principalmente nos principais grupos de fomento à atividade eleitoral por intermédio do financiamento. Como visto, cerca de 1/5 dos financiadores são reiterados, os quais responderam por 75% de todo o volume doado na eleição de 2014.

Além disso, notável que os escores de reiteração foram maiores na medida em que aumentou o volume de recursos doados pela empresa. Se o percentual de empresas reiteradas é de 21,2% quando tomadas em seu conjunto total, *entre empresas com doações acima de R\$ 1 milhão a reite-*

*ração passa de 66%*. Tomadas aquelas empresas que doaram valores acima de R\$ 10 milhões, a reiteração observada foi de 95,3%, chegando a 100% no grupo de empresas com doações acima de R\$ 20 milhões.

Quando controlada a reiteração por unidades da federação (UF) deparou-se com estados em que os recursos vindos de financiamento empresarial chegaram a quase 90% oriundos de empresas reiteradas, como é o caso do estado de Alagoas (88%). Outros estados também apresentaram altos índices de reiteração, a maior parte deles no nordeste e norte brasileiro (PB com 87%, RR com 85% RN com 84% e CE com 83%). Os dois estados do extremo sul também apresentaram altos índices de reiteração (SC com 81% e RS com 79%). Quando observada a reiteração por partido também se registrou casos com altos escores de reiteração, sendo que os maiores partidos são também os mais dependentes de doadores reiterados: PT (80%), PSDB e PP (79%), PMDB (77%). Com relação ao cargo, a eleição para presidente foi financiada por recursos oriundos em 86,1% de empresas reiteradas. Para os cargos de governador e senador, 78% e senador 77,8%, respectivamente. Esses dados implicam em um considerável grau de compromisso dos doadores com o processo eleitoral, partidos e candidatos, ao mesmo tempo em que denotam um mercado bastante restrito quanto à entrada de novos atores no mercado de financiamento.

Portanto, não é exagero afirmar que a marca do sistema de financiamento eleitoral é a já observada concentração de recursos em um diminuto número de financiadores (MANCUSO, 2015, SPECK, 2016) – a novidade dos achados desta tese – que doa de modo reiterado no tempo. Em outros termos, tem-se um universo pequeno de financeiros que responde por somas enormes de recursos reiterados no tempo, o que pode ter como um efeito mais imediato, para além da concentração de recursos em poucos atores, um inflacionamento dos custos na corrida por influência política pela via do financiamento eleitoral.

Em outras palavras, essa concentração de recursos com financiadores eleitorais reiterados pode inibir a entrada de novos financiadores no

sistema, dado o alto custo que significaria a luta por posições relevantes de influência política com relação a outros financiadores. Um exemplo disso seria um empresário que, buscando alguma influência política para atrair investimentos públicos estatais na sua área, resolvesse se engajar financeiramente com a campanha de um governador. Dado que os candidatos mais competitivos já possuem financiadores com grandes somas de doações, o ponto de partida para que a doação deste financiador hipotético fosse relevante (politicamente) é muito alto, inibindo esse tipo de participação. Desenha-se, nestes termos, aquele cenário de um mercado de financiamento eleitoral mais ou menos fechado com entrada e novos financiadores, como resenhado por Samuels (2001)

A existência de pouco financiadores, além do mais, reiterados, eleva o grau de crítica a dependência de candidatos e partidos em relação a seus patrocinadores. O desejável em um sistema de financiamento mais ou menos equânime seria que partidos ou candidatos pudessem buscar recursos eleitorais em um “mercado eleitoral” franqueado e amplamente disponível. Porém, os dados de concentração já indicados pela literatura, a par do forte grau de reiteração identificados nesta tese, revelam que tais atores terão que fazê-lo em um ambiente mais fechado e com vínculos sedimentados. Além disso, em ambientes políticos em que o mercado de financiamento seja mais restrito a novos participantes, seria melhor alterar as regras para estimular novos atores a engajarem-se financeiramente e não o contrário, como ocorreu recentemente no Brasil com a sanção da Lei 13.165/2015.

Nesse cenário, o caminho da proibição do acesso desses atores a vias de canalização de suas demandas por intermédio do financiamento eleitoral parece bastante contraproducente nos termos de uma preocupação com a estabilidade desejável para a democracia.

Outra problemática a ser debelada foi investigar b) *quais os fatores determinantes para a ocorrência da reiteração ou desistência no financiamento eleitoral.*

Sustentou-se a hipótese de que o baixo desempenho eleitoral do financiador desencorajaria a manutenção do financiamento. Uma outra hipótese subjacente é a de que os valores de financiamento também possam explicar a reiteração ou desistência. Sustentou-se, ainda, que doações mais expressivas levariam à reiteração no financiamento, dado o maior engajamento que representariam. Com efeito, os dados confirmaram a suposição inicial, informando que, dentre financiadores que não lograram eleger nenhum candidato na eleição de 2010, a taxa de reiteração no ciclo seguinte (2014) é a menor, com apenas 10% dos casos reiterados. Por outro lado, no extremo oposto, financiadores que elegeram mais de 5 candidatos reiteraram em 49,4% dos casos. Controlando-se os votos ao invés do número de eleitos por financiador chegou-se a resultados similares. Financiadores desistentes raramente lograram alcançar a última faixa de votos (7%, *último decil correspondente a votações acima de 1,3 milhões de votos*), ao passo que financiadores que voltaram a doar, em 2014, alcançaram esta faixa de votos em 21% dos casos, ou seja, reiteraram a uma proporção de três vezes mais. O teste de médias (teste t de *student*) revelou que financiadores reiterados elegem, em média, 1,9 candidatos, em contraste a 0,7 de candidatos eleitos por financiadores que não reiteraram. Pelo mesmo teste, a diferença de votos também é grande: reiterados acumularam um total de 2,1 milhão de votos, ao passo que financiadores desistentes não passaram de 642 mil votos totais em média. Realizando testes mais sofisticados (regressão logística bivariada), nos quais outras variáveis que podem estar inflando os resultados são controladas, verificou-se que, no geral, financiadores situados dentre aqueles que atingiram as maiores faixas de votos apresentaram chances maiores de reiteração, variando de 2,1 a 1,7 vezes mais em relação a financiadores situados nas faixas inferiores de votos.

Portanto, no seu conjunto os dados e os testes realizados por diferentes metodologias confirmam a hipótese de que a reiteração pode ser atribuída ao desempenho eleitoral obtido pelo financiador. Em outras palavras, financiadores que lograram eleger mais ou com maiores somas

de votos obtidos por candidatos patrocinados reiteraram mais, em contraste com financiadores que não elegeram nenhum candidato ou que acumularam menores somas de votos obtidos por seus patrocinados. Dito de modo mais simples e direto: controladas outras variáveis, financiadores mais bem sucedidos têm quase duas vezes mais chances de reiterar do que financiadores mal sucedidos em relação à votação de seus patrocinados.

No que diz respeito ao valor do financiamento eleitoral, quando controladas as outras variáveis (votos, ideologia, CNAE, número de candidaturas), há quase cinco vezes mais chances de que um financiador que somou recursos na última faixa (acima de R\$ 90 mil) não desista do engajamento eleitoral em comparação com financiadores que se situam no primeiro quartil de recursos somados em valor correspondente a até R\$ 1,5 mil. Resumidamente, pode-se concluir, assim, que financiadores que investiram mais recursos, a depender do cargo, chegam a possuir seis vezes mais chances de reiterar em comparação com financiadores que investiram menos. Em outro teste, o modelo de regressão linear apontou que a relação de dependência entre votos e recursos é mais forte para financiadores reiterados e que financiadores desistentes tiveram que empregar mais recursos por voto do que financiadores que vieram a reiterar no ciclo seguinte, sugerindo que aqueles financiadores que reiteraram tiveram um maior aproveitamento de recursos em comparação com aqueles que desistiram do engajamento financeiro eleitoral.

Com relação aos *outros fatores explicativos/preditivos da reiteração* que entraram como variáveis independentes de controle, constatou-se que não é possível afirmar que uma ideologia específica aumente as chances de reiterar/desistir. A variável ideologia retornou resultado estatisticamente significativo apenas para aqueles financiadores que optaram por doar para todas as ideologias, em 2014 (esquerda, centro e direita). Tais financiadores tiveram a eleição média de 7 candidatos a mais do que financiadores que doaram para apenas uma ou duas ideologias, independentemente de quais sejam. Esse efeito caiu para 2,1 quando inseridas

todas as variáveis no modelo. Cabe ressaltar que *este resultado diz mais sobre o perfil do financiador do que sobre a ideologia*, revelando que financiadores que doaram de maneira estratégica para todas as ideologias, em 2014, tiveram melhor êxito que outros financiadores que não fizeram isso.

Com relação ao setor econômico, verificou-se que financiadores do setor industrial chegam a possuir três vezes mais chances de reiterar em relação a setores diversos/outros e que financiadores dos setores de construção chegam a ter 3,6 vezes mais chances de reiterar (para o cargo senador).

A ressalva cabível aplicou-se ao *número de candidatos financiados*: ao controlar esta variável, observou-se que no limite de até dez candidatos financiados por doador (CNPJ) há um incremento estatístico nas razões de chances de que ocorra a reiteração. A partir deste número, os modelos deixam de ser estatisticamente significativos (possivelmente pelo baixo n. de cnpjs que enquadram-se nesta faixa de candidaturas financiadas que não chega a 5% dos casos totais como já visto) ou, como observado para o cargo de deputado estadual, a taxa de reiteração passa a ser menor do que um, indicando chances menores de que ocorra a reiteração em comparação com a variável de controle (uma candidatura). Identificados os fatores que ajudam a entender a reiteração no financiamento eleitoral empresarial buscou-se responder se:

c) A reiteração no financiamento entre diferentes ciclos tem impacto positivo no desempenho eleitoral do financiador?

Partiu-se da premissa de que o financiador possui interesse em que o candidato para o qual doe seus recursos logre êxito eleitoral. Deste ponto de partida, adotou-se a hipótese de que candidatos reiterados, por serem veteranos no mercado do financiamento eleitoral, acumulam maior experiência neste processo e, portanto, seriam possuidores de maiores taxas de sucesso com seus candidatos patrocinados do que financiadores não reiterados ou menos experientes nesse mercado. Esperava-se identificar, em outras palavras, se no geral financiadores reiterados lograram

eleger mais candidatos do que financiadores não reiterados. Esta abordagem inovou na literatura, pelo que temos registro, ao inserir a variável reiteração, mas também porque considera o nível de sucesso dos financiadores em diferentes contextos, agregando em torno da empresa financiadoras, por CNPJ, o conjunto de dados relativos ao financiamento efetuado. Portanto, a unidade de análise deixa de ser o candidato, ou o partido, e passou a ser a empresa. Este tipo de análise já foi sugerido por Mancuso (2007; 2012) e Figueiredo Filho (2005).

A hipótese que se procurou testar diz respeito diretamente a dois fatores: financiadores reiterados teriam uma maior expertise traduzida em um maior escore de patrocinados eleitos ou com melhor resultado numérico em votos, o que efetivamente observou-se, e financiadores reiterados têm um melhor aproveitamento dos recursos investidos nas campanhas eleitorais, dada esta expertise acumulada em diferentes ciclos eleitorais, o que também foi confirmado.

i) Esta hipótese foi testada e confirmada por diferentes metodologias. No teste de médias (teste t de *student*) verificou-se que financiadores reiterados lograram a eleição de três candidatos, em média, em contraste com 0,6 candidatos eleitos por financiadores novatos. Controlados os votos obtidos pelo conjunto de candidatos financiados por doador, o mesmo teste revelou que financiadores reiterados acumularam, em média, o número de 9,9 milhões de votos, ao passo que financiadores novatos não passaram de 1,1 milhão de votos.

Contudo, este teste não controlou outras variáveis que podem ter impactado nesta diferença. Para isso, rodou-se o teste de regressão multivariada que revelou que financiadores reiterados elegem 2,3 candidatos a mais em relação a financiadores não reiterados. Com a inclusão do volume de investimento financeiro total despendido por cada doador, o efeito da reiteração decresceu. Observou-se que, quando controlandos os recursos doados, financiadores reiterados logram eleger 1,3 candidatos a mais do que não reiterados. Este efeito cai para 1,2 com a inclusão da variável setor econômico e apresenta o valor de 0,68 com a inclusão das



variáveis ideologia e cargo no modelo. Incluindo-se a variável número de candidatos, como variável de controle o coeficiente caiu para 0,48<sup>2</sup>, ou seja, o tamanho do efeito da reiteração decresceu com a inclusão de outras variáveis, mas continuou presente e estatisticamente significativo em todos os casos, confirmando-se a hipótese de que, controladas outras variáveis, inclusive o valor do financiamento, a reiteração eleitoral impacta positivamente no resultado eleitoral. Controlando-se o resultado por votos e não pelo número de eleitos, os resultados foram semelhantes.

Quando utilizados os dados relativos às doações para todos os cargos no modelo, pode-se inferir uma diferença no total de votos entre candidatos reiterados e novatos de 8,7 milhões de votos. Essa diferença decresce quando controladas outras variáveis (valor, setor econômico, ideologia, cargo e número de candidaturas) e a diferença de votos entre novatos e reiterados estimada é de 1,3 milhões de votos. Controlando por cargo financiado, infere-se que a reiteração foi mais relevante para o cargo de governador. Isoladamente foi para este cargo que a variável teve o maior valor explicativo ( $R^2$  ajustado = 0,016) e o maior valor  $\beta$  (0,129), indicativo da taxa de associação entre as variáveis voto e reiteração. Para o cargo de governador, o resultado da regressão informa que financiadores reiterados fazem 14,8 milhões de votos a mais do que financiadores novatos. Entretanto, tal resultado deixa de ser significativo estatisticamente com a inclusão da variável ideologia no modelo. Inobstante, a variável reiteração mostrou-se significativa estatisticamente para todos os cargos, mesmo quando incluídas nos modelos a variável valor do financiamento e setor econômico.

Os resultados dos testes por diferentes modelos informaram, portanto, que apesar do pequeno efeito ( $R^2$  ajustado), a reiteração impacta

---

<sup>2</sup> A ressalva cabível diz respeito ao  $R^2$  ajustado dos modelos, uma medida que informa quanta variabilidade de saída pode ser debitada aos previsores (FIELD, 2013, p. 194). Em todos os modelos, quando a única variável independente (previsora) foi a reiteração, observou-se valores bastantes baixos para o  $R^2$  ajustado, sugerindo um baixo potencial explicativo da variável. Este valor, se tomado de forma isolada levaria à refutação da hipótese de que a reiteração poderia ser importante para compreensão das estratégias dos financiadores eleitorais. Contudo, tal valor deve ser comparado ao das outras variáveis categóricas utilizadas nos modelos e usualmente apresentadas pela literatura como variáveis importantes para explicar não somente o voto, mas também o financiamento eleitoral (MANCUSO, 2012). Neste contexto, ficou demonstrado que os resultados da variável reiteração no modelo são satisfatórios.

positivamente no resultado eleitoral, mesmo quando conjugadas com outras variáveis importantes, como valor dos recursos (SAMUELS 2001b, SPECK 2012, MANCUSO, 2013; PEIXOTO, 2010, CERVI 2011, FIGUEIREDO Filho, 2010) e número de candidatos financiados.

ii) Para saber se financiadores reiterados têm um melhor aproveitamento dos recursos investidos nas campanhas eleitorais, dada esta expertise acumulada em diferentes ciclos eleitorais, efetuou-se a regressão entre recursos econômicos doados e votos, controlando-se segundo os grupos de financiadores novatos ou reiterados. Divididos os financiadores em dois grupos (reiterados e novatos), comparou-se as diferenças do efeito dos recursos investidos sobre a votação obtida para os dois grupos. Desta forma, foi possível apurar os efeitos da reiteração sobre a relação entre dinheiro e votos, o, ou seja, sobre os níveis de aproveitamento do financiamento realizado segundo a ocorrência da reiteração. No geral, para a maior parte dos casos, foi possível identificar que, controladas outras variáveis, há um melhor aproveitamento dos recursos investidos para os financiadores reiterados do que para financiadores novatos (Tabela 76). A exceção ficou por conta do cargo de deputado federal, em que os valores ficaram muito próximos para novatos e reiterados, e para governador, único caso em que cada voto conquistado pelo candidato patrocinado foi mais caro (R\$ 12,7) para reiterados do que para financiadores novatos, para quem cada voto significou um dispêndio médio de R\$ 6,5. Para os outros casos, cada voto obtido pelos financiadores representou um menor valor médio investido. Para o cargo de deputado estadual, por exemplo, cada voto representou um investimento de R\$ 0,10 para financiadores reiterados e de R\$ 0,90 para financiadores novatos. Estes são dados que, no seu conjunto, confirmam parcialmente a hipótese de que financiadores reiterados teriam um melhor aproveitamento de recursos investidos do que financiadores novatos. Outra questão que orientou a presente tese também foi respondida, qual seja:

d) Qual o perfil do doador reiterado no financiamento eleitoral brasileiro?

O perfil dos financiadores que se engajam nas campanhas eleitorais pode ser definido a partir de uma série de variáveis. Pode-se controlar o valor das doações (SANTOS, 2012), se tais financiadores doam de maneira concentrada ou dispersa (SPECK, 2016) e se tais doadores seriam pragmáticos ou ideológicos (MCMENAMIM, 2012). No caso desta tese, optou-se por elaborar um perfil a partir da observação das doações no tempo ao longo de dois ciclos eleitorais. Em primeiro lugar, identificou-se que cerca de 1/5 dos doadores é reiterado, o, ou seja, uma minoria de financiadores. Entretanto, apesar disso, notou-se que esse universo de financiadores respondeu por 75% dos recursos na eleição de 2014. Portanto, é um grupo nada desprezível de financiadores que se traduz em uma *minoria reiterada que responde pela maioria dos recursos injetados nas campanhas eleitorais*, o que leva nos leva a concluir que há um número importante de financiadores profissionalizando-se no mercado político, doando de modo reiterado entre diferentes ciclos eleitorais.

Esse dado já permite delinear o perfil do financiador eleitoral brasileiro como um financiador engajado com o processo eleitoral, o que se expressa na reiteração de doações no tempo.

Visto isso, optou-se por traçar um perfil desse conjunto de financiadores reiterados, observando, para isso, os partidos, ideologias, cargos e candidatos para os quais doaram nos dois ciclos. Várias foram as tipologias identificadas, que variaram conforme a estrutura de oportunidades disponíveis em cada um dos ciclos. Para tornar menos prolixa e na medida do possível, sem realizar categorizações artificiais, as diferentes tipologias foram agregadas em três, identificando-se financiadores *vinculados*, *estratégicos* e *desvinculados*. A partir daí foi possível responder qual o perfil majoritário do financiador eleitoral brasileiro reiterado.

De modo geral identificou-se que 46% dos financiadores estiveram vinculados exclusivamente a pelo menos um candidato ou a uma ideologia nos dois ciclos, expressando o perfil *vinculado*. Em termos de volume de recursos estes doadores aportaram 19% de todos os recursos.

Por outro lado, 47,8% dos financiadores doaram de modo *estratégico*, o que significa que podem ter doado para os mesmos, mas que também doaram para partidos, ideologias, cargos ou candidatos distintos nos dois ciclos. Este perfil respondeu por 80% de todo o volume de recursos movimentado, na eleição de 2014.

O percentual de financiadores desvinculados somou 6,3%. Traduzindo financiadores que doaram para partidos, ideologias e candidatos completamente diferentes nos dois ciclos, tais financiadores aportaram apenas 1% dos recursos totais.

A par destes dados, de forma geral, pode-se concluir que *o perfil majoritário do financiador eleitoral brasileiro é estratégico* (47% do número de financiadores respondendo por 80% do total de recursos doados), porém com um percentual importante de financiadores (46%) atuando com algum tipo de vínculo, seja ele pessoal ou ideológico.

Já apresentamos o dado presente na literatura que identificou uma crescente concentração no número de financiadores (MANCUSO & FERRAZ, 2012; SPECK, 2016). Assim, a partir dessa constatação e dos dados sobre a reiteração acumulados nesta tese, pelo menos duas conclusões podem ser ensaiadas: i) a concentração é mais severa do que imaginado pela literatura, diante do fato de que além de concentradas em um pequeno número de doadores, estes são os mesmos entre diferentes ciclos eleitorais; ii) essa concentração autoriza refletir e questionar se ela não seria decorrência do fato de que um universo relevante (75% de todos os recursos) de doadores apresenta-se reiteradamente para o financiamento eleitoral, constringendo o ingresso de novos doadores ante o alto custo que representaria a luta por influência neste mercado de influência mais ou menos protegido. Esta segunda é uma conclusão de ensaio, pois não foi objeto da tese confirmar tal argumento. Os dados coligidos, porém, descortinam a possibilidade de que trabalhos futuros se debrucem sobre essa possibilidade, aprofundando o que sabemos sobre a lógica do sistema de financiamento eleitoral.

Fazendo referência à tipologia identificada por McMenamim (2012), o importante é buscar notar o que estes perfis podem dizer a respeito *dos financiadores, pois como conclui o pesquisador*, “Business money does talk politic”. Em países como Austrália e Canadá, os financiadores possuem perfis pragmáticos e em retribuição a suas contribuições esperam benefícios públicos, mesmo que pequenos, mas certos, por seus esforços de lobby.

Por outro lado, na Alemanha, conclui McMenamim, não existe uma integração tão sistemática entre financiadores e partidos. O pequeno número de doações realizadas tende a expressar a preferência ideológica tradicional do empresário alemão para os partidos de direita com uma suspeição aos social-democratas. A Alemanha apresenta, portanto, diferenças fundamentais na economia política entre as liberais Austrália e Canadá, dada sua política econômica bem coordenada pelo Estado. McMenamim debita tais diferenças na forma como as empresas precisam lutar por seus interesses em cada um destes países a partir do tipo de organização econômica capitalista estabelecido, visto que como pressuposto nesta tese, “Political contributions to parties are a way of pursuing business interests in the political arena” (2012, p. 30). Assim, poder-se-ia dizer que aqueles financiadores aqui identificados como estratégicos estariam enquadrados naquele perfil definido por McMenamim como pragmáticos. Tal conclusão se alinha ao perfil econômico identificado no Brasil, de cunho razoavelmente liberal em relação a medidas de intervenção econômica. Além disso segundo McMenamim, “a distribuição de doações pragmáticas deve seguir mudanças de curto prazo na distribuição do poder político”, padrão identificado na forma como financiadores estratégicos doaram nos dois ciclos.

Já os financiadores identificados como *vinculados* nesta tese estariam de acordo com o perfil *ideológico* de McMenamim. Segundo o autor “A distribuição de doações ideologicamente motivadas devem ser relativamente estáveis ao longo do tempo, porque ideologias partidárias

mudam lentamente” (2012, p. 6). Contudo, para Mcmenamim, doações pragmáticas e ideológicas podem interagir em determinados contextos:

Os dados coligidos nesta tese apontam para a existência de financiadores desta ordem no Brasil. A um só tempo pragmáticos, reagindo às alterações de poder na arena política e, como demonstrou o trabalho de Speck (2016), atuando de maneira não somente ideológica vinculada, como imbuída em promover alterações no jogo com doações pesadas para determinados contextos eleitorais.

Importa notar que McMenamin utiliza como variável independente, preditora dos diferentes perfis de financiadores, as variedades de capitalismo presentes em cada um dos três países observados (Austrália, Canadá e Alemanha). Assim parece estar de acordo com aquela afirmativa de Reis (2008), para quem o poder econômico e o poder político são como sistemas de vasos comunicantes contra os quais se podem construir diques mais ou menos eficazes, mas nunca perfeitamente isolantes. McMenamin extrai o perfil do financiador a partir dos diferentes níveis de constrangimento estatais na economia. Neste contexto, a identificação dos perfis dos financiadores ajuda a entender a própria estrutura econômica envolvida e *denota que o tratamento da questão do financiamento eleitoral não pode ser isolado nem da política, nem da economia, por constituir o próprio elo destas duas arenas.*

Assim, da mesma forma que a urna traduz a força política de cada partido, candidato ou grupo organizado em votos e daí um maior ou menor poder sobre as políticas públicas, o financiamento eleitoral cumpre o papel das urnas, guardadas as proporções, traduzindo a força econômica em poder sobre estas. Fazendo referência à discussão sobre as condicionantes para a Poliarquia (DAHL, 1997), buscar constranger esse canal ou quebrar esse elo pode ser tão nocivo para a democracia quanto tentar suprimir as urnas (e os votos dos cidadãos) do processo político.

A sociedade organizada sob um regime poliarquico abriga múltiplos interesses, de múltiplos atores, cada um dos quais em permanente luta para consagrá-los por intermédio de uma gama de recursos disponíveis.

Exemplo disso são os modelos analíticos que têm procurado aferir as estratégias adotadas por grupos econômicos por intermédio da gestão de *stakeholders*. Os modelos de análise dos stakeholders que trabalham com a *proxy* do financiamento eleitoral pressupõe que firmas doadoras são empresas cuja doação faz parte da estratégia, na medida em que ela é feita com a finalidade de melhorar a performance. Nestes modelos, a empresa é vista como uma organização cuja sobrevivência está diretamente relacionada à forma como ela interage com o ambiente em que atua, desenvolvendo recursos, tais como os políticos, que não consegue desenvolver por si própria. O assunto ainda é bastante controverso na literatura com achados empíricos bastante contraditórios (MARCON, MELLO E ALBERTON, 2008) mas o entendimento da gestão dos *stakeholders* como um dos determinantes da vantagem competitiva e da performance superior encontra respaldo na perspectiva instrumental dos *stakeholders*, proposta por Donaldson e Preston (1995 apud MARCON, MELLO E ALBERTON, 2008). Nesse contexto, os dados de Speck (2016) sobre os padrões de alocação de recursos dos financiadores indicaram que uma parte considerável dos doadores opta por uma estratégia de precaver-se contra qualquer eventualidade quanto aos resultados da disputa eleitoral. Dado que revela, em alguma medida, que além de mera estratégia, o engajamento financeiro em uma economia turbulenta como a brasileira e em um mercado altamente competitivo passa a ser questão de sobrevivência neste mercado. Assim, o financiamento, além de ser uma estratégia, passa a assumir o caráter de um “mal necessário” para empresários que busquem o sucesso de seus empreendimentos.

Nada pode ser mais diáfano nesse ambiente do que tomar os financiadores como integrantes de um modelo monotônico de análise, que desconsidere as evidências coligidas nesta tese e em trabalhos como o de McMenamim e Speck. Financiadores são movidos por pragmatismo, mas também apresentam vínculos importantes que fazem com que um conjunto considerável de empresas (N 46% e R\$ 19%) tenha mantido a doação para os mesmos candidatos e ideologias, voltando a doar para os

mesmos candidatos e/ou ideologias independentemente dos resultados negativos em pelo menos 10% dos casos.

A partir destes dados que delineiam o perfil do doador reiterado no engajamento financeiro eleitoral pôde-se tratar de saber se:

e) Determinados perfis de financiador são mais bem-sucedidos em relação ao resultado eleitoral obtido?

Neste aspecto, buscou-se saber se seria possível afirmar que determinados perfis de financiadores seriam mais bem-sucedidos na busca por influência política em relação ao resultado eleitoral do que outros. Sustentou-se a hipótese que perfis estratégicos teriam maior êxito eleitoral. Os testes realizados demonstraram que financiadores de perfil estratégico efetivamente levam vantagem em relação a financiadores de perfil vinculado ou desvinculado. Doadores que financiaram partidos, ideologias e candidatos diferentes nos dois ciclos mantendo o vínculo com pelo menos uma legenda partidária, ideologia ou candidato, apresentaram maiores taxas médias de sucesso eleitoral em relação a financiadores puramente desvinculados ou totalmente vinculados a partidos, ideologias e candidatos apoiados no ciclo anterior.

Mas os resultados apresentaram divergências a depender da variável controlada para traçar o perfil:

Quando controlado o *perfil por candidato*, os testes de regressão revelaram que financiadores estratégicos chegam a eleger 11 candidatos a mais em relação a outros perfis. Quando utilizado o perfil agregado a três categorias, o perfil estratégico elege em média cinco candidatos a mais em relação a outros perfis (vinculado e desvinculado). Este valor se reduziu quando inseridas outras variáveis, mas continuou estatisticamente significativo. Portanto, o teste informa que mesmo quando controladas outras variáveis importantes o perfil do financiador foi relevante para a definição do desempenho eleitoral dos financiadores, com perfis estratégicos logrando êxito maior em relação a outros perfis.

Controlado o *perfil por ideologia*, dois perfis foram mais bem-sucedidos que outros sete: o perfil *vinculado múltiplo* e o perfil *estratégico*.



Financiadores com perfil vinculado a múltiplas ideologias elegeram em média 10,3 candidatos a mais que candidatos que se mantiveram vinculados a uma única ideologia. Este efeito caiu para 5,8 quando inserida a variável valor da doação e diminuiu quando inseridas outras variáveis, mas continuou estatisticamente significativo. Neste perfil incluem-se financiadores que doaram para duas ideologias e até mesmo para todas as ideologias, desse modo o efeito do perfil deve ser ponderado, já que há uma colinearidade derivada do número de candidaturas financiadas e o *doador vinculado múltiplo* em muitos casos é o financiador que patrocinou a todas as ideologias nos dois ciclos.

Financiadores de *perfil estratégico*, que financiaram ideologias diferentes nos dois ciclos, mantendo, porém, o vínculo com pelo menos uma, apresentaram 4,4 eleitos a mais em relação aos outros financiadores. Esse efeito caiu para 3,1 com inclusão da variável *valor da doação* e deixou de ser significativo quando inseridas as demais variáveis.

Portanto, o teste de regressão confirmou a relevância do perfil do financiador sobre o resultado eleitoral, mas neste caso, quando controlada a ideologia, além do perfil estratégico o perfil vinculado múltiplo também apresentou melhor desempenho eleitoral em relação aos demais.

Quando o perfil se baseou nos *partidos* financiados nos dois ciclos, confirmou-se que financiadores estratégicos tiveram melhor desempenho. Este teste é melhor, pois refina o dado anterior por ideologia, que apresenta os dados muito agregados. Verificou-se que financiadores que adotaram comportamento estratégico em relação ao partido financiado em cada um dos ciclos elegeram até 8,6 mais candidatos em média em relação aos outros perfis. A diferença cai para 5,2 quando controlado o valor do financiamento e para 1,9 quando inserida a ideologia.

Conclui-se que o perfil do financiador mostrou-se importante variável preditora do desempenho eleitoral empresarial, significando que diferentes estratégias de alocação de recursos importam para um maior ou menor desempenho eleitoral. Além disso, constatou-se que financiar

as mesmas ideologias, partidos, ou candidatos, mas também ideologias, partidos, ou candidatos diversos entre os dois ciclos eleitorais levou a melhor desempenho do que financiar de modo totalmente desvinculado ou completamente vinculado aos mesmos atores do ciclo anterior.

Dito de modo simples, o perfil do financiador reiterado entre dois ciclos importa e, além disso, financiadores estratégicos foram mais bem-sucedidos do que vinculados ou desvinculados, seja em relação a ideologia, partidos ou candidatos.

Respondidas as questões suscitadas no âmbito desta tese, entende-se que foram atendidos os seus objetivos na medida em que: (a) confirmou a existência da reiteração entre financiadores eleitorais, apurando seus níveis; (b) identificou a variação da reiteração segundo a unidade da federação, valor do financiamento, cargo, partido, ideologia, setor econômico e resultado eleitoral, evidenciando diferenças importantes nos escores; (c) investigou quais seriam os fatores determinantes da reiteração entre os ciclos eleitorais, confirmando o resultado eleitoral e o volume de recursos aportados como importantes preditores; (d) verificou que os financiadores reiterados possuem em relação aos financiadores novatos melhor desempenho eleitoral no ciclo em que se efetivou a reiteração (2014); (e) comparou as doações de financiadores eleitorais nos ciclos de 2010 e 2014, observando que houve identidade exclusiva de cargos, partidos, ideologias e candidatos financiados nos dois ciclos, pois em cerca de 46% dos casos, apenas em 6,3% os financiadores doaram para atores completamente diferentes, sejam em relação ao partido, ideologia ou candidato; (f) identificou-se, a partir da comparação do financiamento nos dois ciclos, distintos perfis de financiadores, concluindo-se por uma maioria de doadores estratégicos mas com presença forte de doadores vinculados; (g) comprovou-se que alguns perfis de financiadores logram obter melhor desempenho eleitoral em contraste com outros perfis identificados, em especial o perfil estratégico e o perfil vinculado múltiplo, que pode ter doado para todas as ideologias nos dois ciclos, o que não deixa de fazê-lo também um doador estratégico.

Neste corolário pode-se concluir que a a ideia da reiteração como importante variável preditora do financiamento e do desempenho eleitoral subjacente a cada um dos modelos em análise nesta tese de doutorado confirmou-se como principal contribuição deste trabalho.

A partir daquilo que se identificou, neste trabalho, como um sistema de financiamento eleitoral concentrado e fechado a novos doadores dados os escores de reiteração encontrados, poderíamos propor que, além da imposição de tetos para os valores doados, se impusessem limites também para o número possível de candidatos financiados, evitando-se uma obstrução do chamado mercado de financiamento eleitoral por poucos, concentrados e reiterados financiadores. Semelhante tipo de controle tentou-se adotar nos EUA (GODOY, 2015). Porém a Suprema Corte estadunidense considerou tal medida inconstitucional.

A partir destes achados, futuros trabalhos podem modelar séries históricas mais largas e sofisticar os modelos de análise buscando compreender melhor não somente o financiador eleitoral, mas a própria lógica de todo o sistema de financiamento eleitoral. Já registramos em outros trabalhos que a crise política (HEILER, 2017) vivida pelo Brasil de modo mais agudo a partir do cenário que levou ao impeachment do segundo presidente eleito pelo voto no país, no curto espaço de 20 anos, pode ter tido como motivação o esgotamento do sistema de financiamento eleitoral brasileiro posto à descoberto pela Lava Jato. Este é outro argumento, que embora escape aos objetivos desta tese, revela que muito pouco sabemos sobre tal sistema e sobre como o seu correto funcionamento pode ter consequências para a estabilidade democrática de uma nação.

Desta forma, refletir sobre o engajamento financeiro eleitoral de pessoas jurídicas pode ser desejável para o equilibrado funcionamento das poliarquias, por estar no cerne dos debates sobre que tipo de democracia pode ser arquitetada no cenário futuro. A percepção de empresas reiteradas, que a despeito do argumento comum de motivação por fatores exclusivamente estratégicos mostram-se vinculadas a partidos,

ideologias e candidatos em escores consideráveis, diz muito sobre o perfil do financiador eleitoral brasileiro, mas também sobre a lógica do mercado de financiamento. Não se trata de um mercado no varejo em que empresas buscam meramente vantagens de curto prazo. Embora não se possa afirmar que seja um mercado em que os atores se movem por interesses ideológicos exclusivos, é possível afirmar concordando com McMenamim (2012), que estas duas motivações podem interagir. Sendo razoável concluir que as empresas, na sua maioria, adotam comportamento de interação entre motivações pragmáticas - o que se manifestou na reação ao resultado eleitoral, com financiadores deixando de financiar candidatos não eleitos ou com votações menores -, e motivações ideológicas - o que se manifestou na manutenção de vínculos com patrocinados entre os diferentes ciclos eleitorais, em alguns casos mesmo quando esse patrocinado foi mal-sucedido nas urnas.

Na linha dos achados desta tese já se identificou que o sistema de financiamento eleitoral pode ser um dos indicadores do grau de institucionalização democrática (PANEBIANCO, 2005; KATZ e MAIR, 1993). Por este critério, o grau de institucionalização democrática é correspondente de modo diretamente proporcional à pluralidade de fontes das quais contribuições afluem para as contas dos partidos e candidatos para financiar o processo eleitoral. Nesse contexto, a regularidade das doações e da participação de financiadores é indispensável para a manutenção da estrutura burocrática dos partidos: “A pluralidade de fontes por sua vez garante a autonomia do partido em relação ao controle externo”. (PANEBIANCO, 2005, p. 110). A adoção de meios restritos de financiamento eleitoral pode levar à alteração do sistema democrático e partidário. Por exemplo, a adoção de mecanismos públicos em detrimento de mecanismos privados de financiamento poderia levar à cartelização do sistema partidário como um todo (KATZ e MAIR, 1993), com impactos evidentes para a democracia, com a diminuição da sensibilidade dos

partidos às pressões da sociedade<sup>3</sup>, vez que não dependeria mais estruturalmente de seus recursos para a sobrevivência.

Para Robert Dahl, uma das características mais importantes na poliarquia são as eleições livres e competitivas (CHEIBUB E PRZERWORSKI, 1997; DAHL, 1997; BOBBIO, 1994). A liberdade diz respeito à ausência de interferência no processo eleitoral e a competitividade significa que critérios justos permearão o campo de disputa. Cabe ressaltar que Dahl - em sua fase madura, depois de escrever a Poliarquia - entendia que democratização não é um processo social ou econômico, mas político, desencadeando-se quando o custo da repressão, para o poder público, excede o custo da tolerância (ABU-EL-HAJ, 2008, p. 170). Para Dahl, a segurança mútua, entre oposição e governo, é fruto da rotinização da política competitiva (ABU-EL-HAJ, 2008, p. 170). Portanto, a reiteração pode apresentar dois importantes aspectos, em formidável tensão: i) o engajamento financeiro se incorporou como rotina e participação política das principais forças econômicas no Brasil, o que se traduz na reiteração dos principais grupos econômicos como financiadores de grandes fatias dos recursos drenados pelas campanhas eleitorais dos principais partidos na arena institucional; ii) a reiteração destes atores revela uma baixa permeabilidade da arena política, restringindo a possibilidade de pulverização de recursos de poder que seria condição *sine qua non* para a realização plena de regimes poliarquicos plurais e competitivos. Um terceiro aspecto pode ser aventado se transportarmos a questão para o terreno das atitudes políticas. iii) Se a escolha de outros meios que não eleições livres e competitivas para a eleição dos governantes fere uma de suas dimensões mais elementares, ou aquilo que a literatura (MARIO FUKS et al, 2016) chama de “adesão aos procedimentos de escolha”, cabe saber de que forma os

---

<sup>3</sup> O presidente da Câmara Rodrigo Maia - DEM, fez uma manifestação polêmica nesse sentido em novembro de 2016 no calor dos debates sobre o pacote anticorrupção: Àqueles que queiram participar do processo legislativo, (...) lembro que em 2018 haverá eleições, e eu os convido a participar e a estar aqui conosco discutindo e aprovando as matérias. Nós não podemos aceitar que a Câmara dos Deputados se transforme num cartório carimbador de opiniões de parte da sociedade, que são democráticas, que são respeitadas, mas que a Câmara de Deputados tem toda a legitimidade para ratificar, para modificar ou até para rejeitar. Nós aqui não somos obrigados a aprovar tudo que chega a este Plenário” Disponível: <http://g1.globo.com/politica/noticia/2016/11/nao-somos-obrigados-aprovar-tudo-que-chega-nesse-plenario-diz-maia.html>.

cidadãos se posicionariam ao longo do tempo diante da percepção da corrupção decorrente de um sistema de financiamento situado em dois extremos. Em um extremo, o financiamento existente mas com baixa permeabilidade, como demonstram os dados desta tese sobre a reiteração e sucesso eleitoral de financiadores reiterados. Em outro extremo, o financiamento inexistente (oficialmente, desde a Lei 13.165/2015), mas efetivamente com poucos critérios de controle de práticas de caixa dois, como ficou evidenciado no marco regulatório sobre o sistema de financiamento eleitoral brasileiro apresentado no capítulo um.

Não há dúvidas de que a sobrevivência de um sistema democrático amparado na coexistência de uma pluralidade de forças políticas lutando por influir a ação final estatal centrada na organização em partidos necessariamente depende do financiamento de suas atividades (KRAUSE et al, 2015). Este é um suposto cada vez mais aceito. Contudo, cabe amadurecer o fato de que distintos modelos de financiamento produzirão distintos sistemas partidários e, conseqüentemente, distintos modelos democráticos de maior ou menor aprofundamento.

É sobre este elemento que se amparou esta tese, no que acredito ter contribuído ao demonstrar como o fenômeno da reiteração é importante para compreensão do sistema de financiamento eleitoral brasileiro de forma geral, identificando-o como um mercado concentrado em poucos e reiterados financiadores atuando de modo articulado entre motivações estratégicas na sua maior parte, mas também com a presença de financiadores com motivações ideológicas de longo prazo.

Para melhor elucidar o argumento, pode-se imaginar o sistema de financiamento como uma grande e iluminada sala na qual os diferentes jogadores (partícipes protagonistas dos jogos do poder, tais como candidatos, líderes partidários, lobistas e os próprios financiadores) travam disputas, barganham, fazem negócios que terão reflexos sobre a vida dos cidadãos. Gostem ou não das disputas, barganhas e negócios ali travados os cidadãos podem acompanhar passo a passo cada jogada e são convidados, ao final de cada rodada, a avaliar certo número de jogadores.

Em uma democracia, quanto mais iluminada a sala e quanto mais atores a ela tiverem acesso, maior o controle dos cidadãos e a garantia, para todos os envolvidos, de condições mais ou menos isonômicas de disputa, guardadas as diferenças originais de poder que cada um traz consigo ao ingressar na sala. Uma vez dentro da sala, alguns empresários terão mais dinheiro, alguns políticos mais influência, determinados lobistas maiores habilidades para negociar e assim sucessivamente. Apoiando-me nesta metáfora, argumento que a reforma eleitoral, de 2015, no Brasil, simplesmente apagou a luz desta sala.

A partir de então, não somente os cidadãos não terão mais conhecimento de como e por quais canais fluirá o poder emanado por cada força organizada nesta imaginada sala, como os jogadores não terão condições de avaliar como jogam seus adversários. Com todos os limites desta comparação, em que medida a reforma empreendida pela Lei 13.165/2015 pode ser favorável à estabilidade e durabilidade da democracia? A proibição do fluxo de dinheiro de empresas não estaria trazendo perigosas doses de imprevisibilidade ao jogo político, na medida em que jogos estáveis são aqueles em que os atores podem fazer cálculos eficientes de previsibilidade reduzindo os custos de sua derrota? Nesse sentido, Adam Przeworski já definiu a democracia como “um sistema em que os partidos perdem eleições” (1994, p. 10).

Já assinalei que o argumento presente nesta tese se alinha com o pressuposto do fator econômico enquanto endógeno ao processo político, pois seria reflexo das forças sociais em disputa na sociedade, considerando as desigualdades de apoio não somente políticas, mas econômicas (SPECK, 2010).

Pressupõe-se, neste corolário, que o sistema de financiamento eleitoral, se bem regulado, permite a canalização dos diferentes interesses presentes na sociedade, garantindo que o seu fluxo se dê sob rotinas e ambientes democráticos e republicanos sob intenso controle de todos os membros da sociedade. Não existiriam, portanto, se este argumento estiver correto – o que constitui hipótese teórica desta tese –, razões para

suprimir o financiamento eleitoral privado nos termos ocorridos no Brasil.

Os dados a respeito da reiteração do financiador nos dois ciclos observados nesta tese amparam aquele suposto de que o dinheiro não significa nada mais, nem menos, do que fichas simbólicas, conforme Gidens (1991). Neste caso em particular, representam o intercâmbio do poder econômico em influência política. Ao prestar-se atenção no reiterar, demonstrou-se que o financiador buscou manter a cotação inicial desta ficha simbólica no jogo político. Neste corolário, retomando as premissas apresentadas na introdução deste trabalho, viu-se que efetivamente:

- i) Nos casos em que o financiador não reiterou, desistindo o engajamento financeiro eleitoral, não conseguiu converter as fichas simbólicas (dinheiro) em influência política nas urnas. Em apenas 10% dos casos os financiadores que apoiaram candidatos não eleitos voltaram a financiar no ciclo seguinte;
- ii) Nos casos em que o financiador reiterou, demonstrou-se sucesso na conversão de dinheiro em desempenho eleitoral dos patrocinados (financiadores bem sucedidos tem duas vezes mais chances de reiterar). Além disso, um contingente considerável de doadores reiterados ampliou o valor (R\$) (52,5%), número de cargos (30%), e número de partidos/candidatos/ideologias apoiadas no ciclo seguinte, conforme demonstrado no perfil de tipo expansivo (capítulo dois), indicando que efetivamente os financiadores reiterados atuaram para manter a cotação, ou seja, o nível de influência obtido com seus recursos econômicos
- iii) O fato de obter melhor resultado eleitoral em um ciclo seguinte (2014, neste caso) atestou a maior influência obtida e o sucesso na manutenção dessa influência – financiadores reiterados alcançaram em média 1,8 milhões de votos a mais que não reiterados, controladas outras variáveis (tabela 75). Denota-se que financiadores, uma vez que atinjam elevados graus de influência política, devem atuar para buscar proteger a posição de influência obtida, o que poderia incluir atuar para restringir a entrada de novos financiadores no mercado.
- iv) Os financiadores, ao lutar por influência, devem acumular algum aprendizado, o que pode traduzir-se em determinados financiadores (perfis, ou setores econômicos) mais bem sucedidos do que outros, o que se se traduziu em uma média de eleitos por financiadores estratégicos 5,3 vezes maior do que financiadores de outros perfis.



A par dos limites impostos pela reforma eleitoral de 2015 e 2017, em especial pela alteração legislativa que não permitirá evoluir a comparação para o ciclo eleitoral de 2018, cabe destacar uma agenda futura, com séries mais longas de dados, que possam ser coligidas a fim de estruturar a reiteração em longo prazo, para além de dois ciclos ou oito anos, como realizado na presente tese.

## Referências

- ABU-EL-HAJ, Jawdat. **Robert Dahl e os Dilemas da Igualdade na Democracia Moderna**. *Análise Social*, n.186, p.159-180, Lisboa, 2008
- ABRANCHES, Sérgio Henrique Hudson de 1988. **Presidencialismo de coalizão: o dilema institucional brasileiro**. *Dados*, 31 (1): 1988. P. 5-34.
- ARAUJO, Gustavo Batista. **Contribuições de campanhas: Problemas e dificuldades da agenda de pesquisa quantitativa**. *BIB*, São Paulo, n° 73, 1º semestre de 2012, p. 85-100
- ACKERMAN, Bruce; AYRES, Ian. **Voting with dollars: A new paradigm for campaign finance**. New Haven & London:Yale University Press, 2002.
- ARAUJO, Gustavo Batista. **Contribuições de campanhas: Problemas e dificuldades da agenda de pesquisa quantitativa**. *BIB*, São Paulo, n° 73, 1º semestre de 2012, p. 85-100
- BADIA, Miquel Caminal. **Manual de Ciência Política**. Ed. Tecnos: Madrid, 2003
- BAQUERO, Marcello. **Eleições e capital social: uma análise das eleições presidenciais no Brasil (2002-2006)**. *Opin. Publica* (online). 2007, vol.13, n.2, pp. 231-259.
- BOURDOUKAN, Adla Youssef. **O bolso e a urna: financiamento político em perspectiva comparada**. Tese (Doutorado em Ciência Política) – Departamento de Ciência Política da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo: São Paulo, 2009.
- CASSEB, Paulo Adib. Financiamento público de campanha. In: **Reforma Política: uma visão prática**. Alberto Rollo ( et al) São Paulo: Iglu, 2007. p. 55- 70.
- BRASIL, **Constituição da república federativa do brasil de 1988**. Brasília: Planalto, 1988. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/ConstituicaoCompilado.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/ConstituicaoCompilado.htm)>. Acesso em: 21/11/2014.

BRASIL. **Código eleitoral**. Lei n. 9.096 de 19 de setembro de 1995. Dispõe sobre partidos políticos, regulamenta os arts. 17 e 14, § 3º, inciso V, da Constituição Federal. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L9096.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9096.htm)>. Acesso em: 013 ago. 2016.

BRASIL. **Decreto lei n. 6, de 19 de novembro de 1889**. Declara que se consideram eleitores para as camaras geraes, provinciaes e municipaes todos os cidadãos brasileiros, no gozo dos seus direitos civis e politicos, que souberam ler e escrever. Diário Oficial (da) República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 15 out. 1889. Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1824-1899/decreto-6-19-novembro-1889-508671-publicacaooriginal-1-pe.html>>. Acesso em: 15 ago. 2016.

BRASIL. **Decreto lei 9.258 de 14 de maio de 1946**. Dispõe sobre o alistamento, os partidos políticos e dá outras providências. Diário Oficial (da) Presidência da República, 1946. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto-lei/1937-1946/Del9258.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/1937-1946/Del9258.htm)>. Acesso em: 12 ago. 2016.

BRASIL. **Lei n. 1.164 de 24 de julho de 1950**. Regulamentou o papel das contribuições provenientes de Empresas com contratos com o governo. Diário Oficial (da) República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 15 out. 1950. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis.htm)>. Acesso em: 04 ago. 2016.

BRASIL. **Lei n. 4.740 de 15 de julho de 1965**. Regulamentou pioneiramente o papel das contribuições oriundas de Empresas com finalidade lucrativa. Diário Oficial (da) República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 15 out. 1965. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis.htm)>. Acesso em: 07 ago. 2016.

BRASIL. **Lei n. 5.682 de 21 de julho de 1971**. Regulamentou a extinção e funcionamento dos partidos políticos. Diário Oficial (da) República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 1871. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/1970-1979/L5682.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/1970-1979/L5682.htm)>. Acesso em: 07 ago. 2016.

BRASIL. **Lei n. 8.713, de 30 de setembro de 1993**. Estabelece normas para as eleições de 3 de outubro de 1994. Diário Oficial (da) República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 1 de dezembro de 1993. Seção 1, p. 14.685.

BRASIL. **Lei n. 9.096, de 9 de setembro de 1995**. Dispõe sobre partidos políticos, regulamenta os arts. 14 e 17, § 3º V, da Constituição Federal; DOU, 20.9.1995.

BRASIL. **Lei n. 9.504, de 30 de setembro de 1997.** Estabelece normas para as eleições. Diário Oficial (da) República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 1º out. 1997. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L9504.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9504.htm)>. Acesso em: 05 ago. 2016.

BRASIL. **Lei n. 11.300, de 10 de maio de 2006.** Dispõe sobre propaganda, financiamento de campanha e prestação de contas das despesas de campanhas eleitorais, alterando a Lei n. 9.504, de 30 de setembro de 1997. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br/legislacao>>. Acesso em: 19 ago. 2016.

BRASIL. **Tribunal Superior Eleitoral.** Resolução nº 23.217, de 02 de março de 2010. Disponível em: <<http://intranet.tse.gov.br/unidades/sci/arquivos/r23217.pdf>>. Acesso em: 01 ago. 2016.

BRASIL. **Tribunal Superior Eleitoral. Resolução n. 23.217,** de 02 de março de 2010. Dispõe sobre a arrecadação e os gastos de recursos por partidos políticos, candidatos e comitês financeiros e, ainda, sobre a prestação de contas nas eleições de 2010. Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/documentos-e-consultoria-legislativa-1>> Acesso em: 02 ago. 2014.

CARREIRO, Yan de Souza. Ideologia e partidos políticos: um estudo sobre coligações em Santa Catarina. **OPINIÃO PÚBLICA**, Campinas, vol. 12, nº 1, Abril/Maio, 2006, p. 136-163

BACKES, Ana Luiza. **Legislação sobre financiamento de partidos e de campanhas eleitorais no Brasil em perspectiva histórica.** Dez. 2001. Texto eletrônico disponível em <http://pdba.georgetown.edu/Parties/Brazil/Leyes/financiamento.pdf>.

CAGGIANO, Mônica Herman S. **Corrupção e financiamento de campanhas eleitorais.** Revista Fórum Administrativo - Direito Público, Ano 1 - Nº 10 - Dezembro 2001.

CAMPOS, M.M. 2009. **Democracia, partidos e eleições: os custos do sistema partidário-eleitoral no Brasil.** Tese de Doutorado. Belo Horizonte: Universidade Federal de Minas Gerais.

\_\_\_\_\_. 2011. **Financiamento dos diretórios subnacionais: os efeitos da descentralização e do custeio da máquina partidária em Minas Gerais.** In: 35º Encontro da Anpocs. Caxambu.

CAMPOS, Mauro Macedo; PEIXOTO, Vitor de Moraes. Inovação institucional pendular: análise da regulação da participação privada no custeio do sistema político brasileiro (1946 A 2015). **Teoria e Sociedade**. n° 23.2 - julho - dezembro de 2015.

CERVI, E.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**, 4, pp. 135-167.

CERVI, Emerson Urizzi, Instituições democráticas e financiamento de campanhas no Brasil: **Análise das contribuições de pessoas físicas, jurídicas e partidos políticos às eleições de 2008 e o financiamento público exclusivo de campanhas**. 2009. Trabalho apresentado no 33º Encontro Anual da ANPOCS.

DAHL, Robert. **A democracia e seus críticos**. Tradução Patrícia de Freitas Ribeiro; Revisão da tradução Aníbal Mari. São Paulo. Ed. WMF Martins Fontes, 2012.

\_\_\_\_\_, **A Poliarquia: Participação e Oposição**. Tradução Celso Mauro Paciornik. São Paulo: Editora USP, 1997.

\_\_\_\_\_, **Sobre a Democracia**. Tradução Beatriz Sidou. Brasília: Editora UNB, 2001.

DOWNS, A. **Uma Teoria Econômica da Democracia**. São Paulo: Edusp, 2004

DUSCHINSKY, Michael Pinto. Financing politics: a global view, **Journal of Democracy** Volume 13, Number 4 October 2002

DUTRA, E. **IBAD: sigla da corrupção**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira. 1963

GODOY, Arnaldo Sampaio de Moraes. **O financiamento das eleições presidenciais nos Estados Unidos: da doutrina do oneman, one vote ao dogma do onedollar, one vote**. Universitas JUS, v. 26, n. 2, p. 1-21, 2015.

FAORO, Raymundo. **Os donos do poder: formação do patronato político brasileiro**. Prefácio Gabriel Cohn. 5. Ed. São Paulo: Globo, 2012.

FIELD, Andy. **Descobrendo a estatística usando SPSS**. Tradução Lori Viali. 2. Ed. `Porto Alegre. Artmed. 2009.

FLEISCHER, David. Além do collorgate: perspectivas da consolidação democrática no Brasil via reformas políticas. *In: **Corrupção e reforma política no Brasil: O impacto do impeachment de Collor***. Organizadores: Keith S. Rosenn e Richard Downes; tradução Roberto

Grey – Rio de Janeiro: Editora FGV, 2000.

\_\_\_\_\_. **Reforma política e financiamento das campanhas eleitorais**. In: Cadernos Adenauer. Os Custos da Corrupção. Rio de Janeiro: Fundação Konrad Adenauer, Dezembro 2000.

FLEISHER, David; NASSMACHER, Karl Heinz. (Orgs.). Os custos da corrupção. São Paulo: Fundação Konrad Adenauer Stiftung, 2000. (Cadernos Adenauer, 10, p. 79-103).

FIGUEIREDO FILHO, D. B. **O elo corporativo? Grupos de interesses, financiamento de campanha e regulação eleitoral**. Dissertação de Mestrado em Ciência Política. Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2009.

\_\_\_\_\_. Gastos eleitorais: os determinantes das eleições? Estimando a influência dos gastos de campanha nas eleições de 2002. **Revista Urutágua** - revista acadêmica multidisciplinar. N. 08 – Dez/Jan/Fev/Mar – Maringá. 2010.

FONSECA, Thiago do Nascimento. Doações de campanha implicam em retornos contratuais futuros? Uma análise dos valores recebidos por empresas antes e após as eleições. **Revista Sociol. Política**. V.25, n. 61 p. 31-49. Março 2017.

GONÇALVES, M. P. . **Financiamento político e benefícios tributários: Uma análise da atuação de setores contemplados com benefícios tributários no financiamento de campanhas eleitorais (2003-2010)**. In: 35º Encontro Anual da Anpocs, 2011, Caxambu - MG. Anais do 35º Encontro Anual da Anpocs, 2011.

GRANT, J. Tobin; RUDOLPH, Thomas J. TO GIVE OR NOT TO GIVE: Modeling Individuals' Contribution Decisions. In: **Political Behavior** Vol. 24, No. 1, March 2002. p. 31-54.

GROSSMAN, Gene M. HELPMAN, Elhanan. **Special Interest Politics**. Cambridge, MA: MIT Press, 2001.

GIMPEL, James G; LEE Frances E.; PEARSON-MERKOWITZ, Shana. The Check Is in the Mail: Interdistrict Funding lows in Congressional Elections In: **American Journal of Political Science**. Vol. 52, No. 2 (Apr., 2008), pp. 373-394 Stable URL: <http://www.jstor.org/stable/25193819> Accessed: 01/09/2010 13:15

HEILER, G. Jeison. **Democracia: o jogo das incertezas x financiamento de campanhas: uma análise das prestações de contas das campanhas de vereadores de SC**. Dissertação (Mestrado em Sociologia Política) –Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2011.

HEILER, Jeison; SANTOS, Rodrigo Dolandeli; VIANA, João Paulo S. L. **O Perfil do engajamento financeiro do empresariado nas eleições presidenciais. Uma análise das doações de campanha de 2010 e 2014**. In: VI Seminário de Sociologia Política. UFPR, 2015.

HEILER, J.G. 2011. **Democracia: o jogo das incertezas x financiamento de campanhas: uma análise das prestações de contas das campanhas de Vereadores de SC**. In 35º Encontro da Anpocs. Caxambu.

HEILER, Jeison Giovani; VIANA, João Paulo Saraiva Leão; SANTOS, Rodrigo Dolandeli dos. **O custo da política subnacional: a forma como o dinheiro é gasto importa? Relação entre receita, despesas e sucesso eleitoral**. *Opin. Publica*, Campinas , v. 22, n. 1, p. 56-92, Apr. 2016 .

HEILER, J. G.. **Cómo entender la crisis política en Brasil. El pasado y el futuro de la crisis: los elementos políticos, económicos , legales y sociales**. In: Arqueros, Claudio. (Org.). Chile y Latino América. Crisis de las izquierdas del siglo XXI. 74ed.Concepción: Universidad del desarrollo, 2017, v. 1,

HEILER, J. G.. **O financiamento eleitoral em tempos de lava jato: o dinheiro, a lei e as eleições de 2016**. In: Itamar Luis Gelain. (Org.). Pensamento em Movimento: Direito, Justiça e Cidadania. 1ed.Jaraguá do Sul: Editora Mundo Acadêmico, 2017, v. 1, p. 181-205.

HOROCHOVSKI, Rodrigo Rossi et al. Estruturas de poder nas redes de financiamento político nas eleições de 2010 no Brasil. **Opin. Publica**, Campinas ,v. 22,n. 1,p. 28-55, Apr. 2016.Availablefrom [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-62762016000100028&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-62762016000100028&lng=en&nrm=iso)>. access on 14 Nov. 2017. <http://dx.doi.org/10.1590/1807-0191201622128>.

JACOBSON, Gary C. and Samuel KERNELL: **Strategy and Choice in the 1982 Congressional Elections, Political Studies**, Vol. 15, No. 3 (Summer, 1982), pp. 423-430

JACOBSON, Gary C. The Effects of Campaign Spending in Congressional Election. **The American Political Science Review**, Vol. 72, No. 2, (Jun., 1978), pp. 469-491. Stable URL: <http://www.jstor.org/stable/1954105> Accessed: 11/08/2008

\_\_\_\_\_, The Marginals Never Vanished: Incumbency and Competition in Elections to the U.S. House of Representatives, 1952-82. **American Journal of Political Science**, Midwest Political Science Association. Vol. 31, No. 1 (Feb., 1987), pp. 126-141. Stable URL: <http://www.jstor.org/stable/2111327>. Accessed: 15/03/2013 10:23

KINZO, Maria D'Alva G. Partidos, Eleições e Democracia no Brasil pós-1985. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**. Vol. 19 nº 54 - fevereiro 2004. P. 23-40.

KRÜGER, Rogério Edson. **RBV E GESTÃO DOS STAKEHOLDERS: Uma análise dos antecedentes da decisão de acumulação de recursos relacionais das companhias abertas brasileiras**. Dissertação de Mestrado. UNIVALI. 2007.

LEVITSKY, Steven; WAY, Lucan A. Why democracy needs a level playing field. *In: Journal of Democracy*, Volume 21, Number 1, January 2010, p. 57 - 68.

LEMONS, L. B; MARCELINO, D. e PEDERIVA, J. H. Porque dinheiro importa: a dinâmica das contribuições eleitorais para o Congresso Nacional em 2002 e 2006 **OPINIÃO PÚBLICA**, Campinas, vol. 16, nº 2, Novembro, 2010, p.366-393

LIMONGI, Fernando. **Prefácio**. *In* DAHL, Robert. Poliarquia. 1. Ed. 3. Reimpressão. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo. 2015

LIPSET, S. Algunos requisitos sociales de la democracia: desarrollo econômico y legitimidad política. *In: Diez textos básicos de ciencia política*. 2ª ed. Ariel Ciencia Política. 2001, pp. 112.150.

MARCELINO, D. **Sobre dinheiro e eleições: um estudo dos gastos de campanha para o Congresso Nacional em 2002 e 2006**. Dissertação de Mestrado. Brasília: Universidade de Brasília.



- \_\_\_\_\_. **Financiamento de campanhas no Brasil e propostas de reforma.** In: SOARES, G. A. D.; RENNÓ, L. R. Reforma política: lições da história recente. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.
- \_\_\_\_\_. Do Public Opinion Polls Matter for Campaign Contributors? Evidence from Brazil. *In Conferência IPSA-ECPR “Whatever Happened to North-South?”* São Paulo. 2011.
- Marcon, Rosilene; Bandeira de Mello, Rodrigo; Alberton, Anete. Teoria Instrumental dos Stakeholders em Ambientes Turbulentos: Uma Verificação Empírica Utilizando Doações Políticas e Sociais. *BBR - Brazilian Business Review*, vol. 5, núm. 3, septiembre-diciembre, 2008, pp. 289-308
- MARENCO, André. **Quando leis não produzem os resultados esperados: financiamento eleitoral em perspectiva comparada.** *Rev. Ciências Sociais*, Rio de Janeiro v. 53, p. 821-853, 2010.
- MANCUSO, W. P. **O lobby da indústria no congresso nacional: empresariado e política no Brasil contemporâneo.** São Paulo: Edusp/Humanitas, 2007.
- MANCUSO, W. P. **O empresariado como ator político no Brasil: balanço da literatura e agenda de pesquisa.** *Revista de Sociologia e Política*, v. 28, p. 131, 2007.
- MANCUSO, W. P.; SPECK, BRUNO WILHELM. **Os preferidos das empresas: um estudo de determinantes do financiamento eleitoral empresarial.** In: Paulo Roberto Neves da Costa; Juarez Pont. (Org.). *Empresários, Desenvolvimento, Cultura e Democracia*. 1 ed. Curitiba: UFPR, 2015, v. 1, p. 185-195
- MANCUSO, Wagner Pralon. Investimento eleitoral no Brasil: balanço da literatura (2001-2012) e agenda de pesquisa. *Rev. Sociol. Polit.*, Curitiba, v. 23, n. 54, p. 155-183, June 2015. Available from <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-44782015000200155&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-44782015000200155&lng=en&nrm=iso)>. access on 19 Oct. 2017. <http://dx.doi.org/10.1590/1678-987315235409>.
- \_\_\_\_\_. A reforma política e o financiamento das campanhas eleitorais. In: Marcius Ianoni. (Org.). **Reforma política democrática: temas, atores e desafios.** 1 ed. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2015, v. , p. 83-104.

- MANCUSO, W. P.; GONÇALVES, M. P. & MENCARINI, F. 2010. **Colcha de retalhos: a política de concessão de benefícios tributários ao empresariado no Brasil (1988-2006)**. In: MANCUSO, W. P.; LEOPOLDI, M. A. P. & IGLECIAS, W. (orgs.). Estado, empresariado e desenvolvimento no Brasil: novas teorias, novas trajetórias. São Paulo: Cultura.
- MARTUSCELLI, Danilo Enrico. **A transição para o Neoliberalismo e a crise do Governo Collor**. In BOITO Jr, Armando; GALVAO. Andreia. Política e Classes Sociais no Brasil dos anos 2000. São Paulo: Alameda. 2012, p. 39
- MCMENAMIN, Iain. **If Money Talks, What Does It Say? Varieties of Capitalism and Business Financing of Parties**. World Politics, Volume 64, Number 1, January 2012, pp. 1-38
- MENEGUELO, Raquel. **O impacto do PT no sistema partidário: alinhamentos, arranjos políticos e movimentação de elites em torno do eixo petista**. Paper preparado para o Workshop The PT from Lula to Dilma: Explaining Change in the Brazilian Worker's Party. Brazilian Studies Programme, University of Oxford, 27 de Janeiro de 2012
- MELO, Luiza. Imunes à crise: as 25 empresas com os maiores lucros de 2015. Grandes bancos e empresas dos setores de finanças, seguros e energia, principalmente, se deram bem em 2015. **Revista EXAME**. Edição 1128. Ano 50. n. 24. 08/04/2016. Disponível em <http://exame.abril.com.br/negocios/imunes-a-crise-as-25-empresas-com-os-maiores-lucros-de-2015/> Acesso em 17/12/2016.
- MINELLA, Ary Cesar. **Grupos financeiros e organização da burguesia financeira no Brasil**. Ensaios FEE Porto Alegre(17)2:80-94, 1996
- MINELLA, Ary Cesar. **Maiores bancos privados no Brasil: um perfil econômico e sociopolítico**. Sociologias, Porto Alegre, ano 9, nº 18, jul./dez. 2007, p. 100-125
- MONTEIRO, Jorge Vianna. **Como Funciona o Governo. Escolhas públicas na democracia representativa**. Rio de Janeiro: Editora FGV. 2007. 220 p.
- MOISÉS, José Alvaro. **Os brasileiros e a democracia: bases sócio-políticas da legitimidade democrática**. São Paulo: Ática. 1995

- \_\_\_\_\_. Cultura Política, Instituições e Democracia. Lições da experiência brasileira. In: **Revista Brasileira de Ciências Sociais**. vol 23, nº 66. Fevereiro de 2008. p. 11-42.
- NASMACHER, Karl Heinz. O financiamento de partidos na Alemanha posto a prova. In: **Cadernos Adenauer. Os Custos da Corrupção**. Rio de Janeiro: Fundação Konrad Adenauer, Dezembro 2000. p. 105-127.
- PERES, Paulo Sergio. Institucionalização do sistema partidário ou evolução da competição?: uma proposta de interpretação econômica da volatilidade eleitoral. **Opin. Publica**, Campinas, v. 19, n. 1, June 2013
- PEIXOTO, Victor, RIBEIRO, Leandro. Eleições e financiamento de Campanhas em 2006: quem banca quem? 2009. **Trabalho apresentado no 33º Encontro Anual da ANPOCS**.
- PINHEIRO, Bruno Goes; DE LUCA, Márcia Martins Mendes; VASCONCELOS, Alessandra Carvalho de. **Conexões políticas nas maiores companhias listadas na bm&fbovespa**. REAd. Rev. eletrôn. adm. (Porto Alegre), Porto Alegre, v. 22, n. 2, p. 394-418, Aug. 2016.
- PRZEWORSKI, Adam. **Democracia e Mercado: Reformas políticas na Europa Oriental e na América Latina**. Trad. Vera Pereira. Relume-Dumará: Rio de Janeiro, 1994.
- \_\_\_\_\_, **Ama a incerteza e será democrático**. Novos Estudos Cebrap, São Paulo, n. 9, pp. 36- 46, jul. 1984.
- \_\_\_\_\_. **“Money, politics, and democracy”**. Working Paper, New York University. 2011.
- PRZEWORSKI, A.; STOKES, S. C. e MANIN, B. **Democracy, accountability and representation**. **Cambridge Studies in the Theory of democracy**. Cambridge University Press, 1999
- RAYMOND J. La Raja; DAVID L. Wiltse. Don't Blame Donors for Ideological Polarization of Political Parties: Ideological Change and Stability Among Political Contributors, 1972-2008. In **American Politics Research**. Available from: <http://apr.sagepub.com/content/40/3/501>. Access in March 1, 2013.

REIS, Bruno P. W. **Sistema eleitoral e financiamento de campanhas no Brasil**: desventuras do Poder Legislativo sob um hiperpresidencialismo consociativo *in* Ruben George Oliven, Marcelo Ridenti, Gildo Marçal Brandão (orgs.), *A Constituição de 1988 na Vida Brasileira*. São Paulo: Hucitec, 2008, pp. 57-90

RIBEIRO, Renato Janine. Financiamento de Campanha (público versus privado). In: **Reforma Política no Brasil**. Leonardo Avritzer, Fátima Anastásia (organizadores) . - Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006. p. 77-81.

ROLLO, Alberto Luis Mendonça. Arrecadação e prestação de contas de campanha. In:**Reforma Política: uma visão prática**. Alberto Rollo ( et al) São Paulo: Iglu, 2007. p. 265 – 270.

SANTOS, R. D.. Financiamento de Campanha, Empresariado e o Sistema Político Brasileiro: Teoria e Questões Atuais. **Conexão Política - Revistas Eletrônicas da UFPI**, v. 4, p. 103-114, 2015.

SANTOS, R. D.. O perfil de financiamento de campanha dos maiores grupos econômicos nas eleições de 2010. In: **36º Encontro Anual da ANPOCS, 2012**, Águas de Lindóia. GT 13 - Financiamento político no Brasil: o impacto do dinheiro sobre partidos, eleições, candidatos e representantes., 2012.

SANTOS, R. D.. Grandes Empresas e Sucesso Eleitoral nas eleições de 2002, 2006 e 2010. In: **35º Encontro Anual da ANPOCS, 2011**, Caxambu - MG. GT 13 (O Financiamento Político no Brasil: o impacto do dinheiro sobre partidos, eleições, candidatos e representantes), 2011

SAMUELS, David. Does Money Matter? Credible Commitments and Campaign Finance in New Democracies: Theory and Evidence from Brazil. **Comparative Politics** 34.1 (2001): 23-42.

SAMUELS, D. J. "Ambition and Competition: Explaining Legislative Turnover in Brazil". **Legislative Studies Quarterly**. vol.25, nº3, p.481-497, 2000

\_\_\_\_\_. "Incumbents and Challengers on a Level Playing Field: Assessing the Impact of Campaign Finance in Brazil." **The Journal of Politics**, vol.63, nº2, p.569-584.2001a.

\_\_\_\_\_. “Money, Elections, and Democracy in Brazil. *Latin American Politics and Society*.” vol.43, nº 2, p.27-48, 2001b.\_\_\_\_\_. “Does Money Matter? Credible Commitments and Campaign Finance in New Democracies: Theory and Evidence from Brazil.” **Comparative Politics**, vol.34, nº1,p.23-42, 2001c.

SAMUELS, David. Financiamento de Campanha e Eleições no Brasil: O que podemos aprender com o “caixa um” e propostas de reforma. In:**Reforma Política e Cidadania**. Organizadores: Maria Victória Benevides, Fábio Kerche, Paulo Vannuchi – 1. ed. - São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2003. p. 364- 391.

\_\_\_\_\_. Financiamento de Campanhas e Propostas de Reforma. In: RENNÓ, L. R. e SOARES, G. A. D. (ed.). *Reforma Política: Lições da História Recente*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.SANTOS, F. *O poder legislativo no presidencialismo de coalizão*. Belo Horizonte: UFMG, 2003.

SARMENTO, Daniel; OSORIO, Aline. **Uma mistura tóxica: política, dinheiro e o financiamento das eleições**. In: SARMENTO, Daniel. *Jurisdição constitucional e política*. Rio de Janeiro: Forense, 2015. p. 673-700.

SARTORI, Giovanni. **A Teoria da Democracia Revisitada**. Vol I – O Debate Contemporâneo. São Paulo: Ática, 1987.

\_\_\_\_\_, **A Teoria da Democracia Revisitada**. Vol II – O Debate Contemporâneo. São Paulo: Ática, 1987.

\_\_\_\_\_, **A política**. Brasília: Editora da UNB, 1981.

SPECK, Bruno Wilhelm. Mensurando a Corrupção: Uma revisão de dados provenientes de pesquisas empíricas. In: **Cadernos Adenauer. Os Custos da Corrupção**. Rio de Janeiro: Fundação Konrad Adenauer, Dezembro 2000, p . 9-46.

\_\_\_\_\_, **A Compra de Votos – uma aproximação empírica**. Opinião Pública, 2003, IX, n. 1, pp. 148-169.

\_\_\_\_\_, Reagir a escândalos ou perseguir ideais? A regulação do financiamento político no Brasil. In: **Cadernos Adenauer Reforma Política: Agora Vai?** Rio de Janeiro: Fundação Konrad Adenauer, Setembro 2005, p . 123- 159.

\_\_\_\_\_, Financiamento de Campanhas Eleitorais. In: **Reforma Política no Brasil**. Leonardo Avritzer, Fátima Anastásia (organizadores) Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006, p. 153-158.

\_\_\_\_\_, **Três idéias para oxigenar o debate sobre dinheiro e política no Brasil**. Em Debate: Belo Horizonte, v.2, n.3, p. 6-13, mar. 2010a.

\_\_\_\_\_, O dinheiro e a política no Brasil. **Le Monde Diplomatique Brasil**: Maio, 2010b, p. 6-7.

\_\_\_\_\_, Recursos, partidos e eleições: o papel do financiamento privado, do Fundo Partidário e do horário gratuito na competição política no Brasil, em: Lúcia Avelar, Antônio Octavio Cintra (org.). **Sistema político brasileiro: uma introdução**, 3ª.ed. Rio de Janeiro, Konrad Adenauer Stiftung; São Paulo, Editora UNESP, 2015, p. 247-270

\_\_\_\_\_, Influenciar as eleições ou garantir acesso aos eleitos. O dilema das empresas que financiam campanhas eleitorais. **Novos Estudos**. N. 104. Março. 2016.

SOUZA, Amaury. O impeachment de Collor e a reforma institucional no Brasil. In DOWNES, Richard. ROSENN, Keith S. **Corrupção e Reforma Política no Brasil: o impacto do impeachment de Collor**. Rio de Janeiro: FGV, 2000.

SCHUMPETER. Joseph A. **Capitalismo, Socialismo e Democracia**. Trad. Sergio Góes de Paula. Rio de Janeiro: Zahar Editores. 1961.

SEVERO, Gustavo; CHAVES, Humberto. **A reforma eleitoral de 2015 - breves comentários à Lei nº 13.165/2015**. Revista Brasileira de Direito Eleitoral - RBDE, Belo Horizonte, ano 7, n. 13, p. 81-120, jul/dez. 2015.

TATAJIBA, Luciana. 1984, 1992 e 2013. **Sobre ciclos de protestos e democracia no Brasil**. Política & Sociedade: Florianópolis. V. 13. Nº 28. Set/dez. 2014.

TEIXEIRA FILHO, Althen. **Financie um candidato: compre um político**. 2.ed. Pelotas: Editora do Autor, 2013.

TONIAL, Raíssa. **Os modelos de financiamento de campanha eleitoral e o contexto político-cultural brasileiro**. Direito e Justiça, Porto Alegre, v. 20, n. 01, p.106-199, jun. 2014.

VAZ, Tatiana. As 19 empresas brasileiras entre as maiores do mundo em 2016. Bancos lideram negócios do Brasil entre os maiores globais, segundo ranking Forbes Global 2000, da Revista Forbes. **Revista EXAME**. 25/05/2016. Disponível em <http://exame.abril.com.br/negocios/as-19-empresas-brasileiras-entre-as-maiores-do-mundo-em-2016/#2> Acesso em 18/12/2016

VALOR - Ranking 1000 Maiores 2016. Disponível em : <http://www.valor.com.br/valor1000/2016/ranking1000maiores>. Acesso em 15/12/2016

VALOR - Ranking 1000 Maiores 2015. Disponível em [http://www.valor.com.br/valor1000/2015/ranking1000maiores?colunas=id\\_coluna\\_1-id\\_coluna\\_2-id\\_coluna\\_3-id\\_coluna\\_5-id\\_coluna\\_6-id\\_coluna\\_13](http://www.valor.com.br/valor1000/2015/ranking1000maiores?colunas=id_coluna_1-id_coluna_2-id_coluna_3-id_coluna_5-id_coluna_6-id_coluna_13)- - Disponível em: - Acesso em 15/12/2016

WEBER, Max. **Ciência e Política - duas vocações**. 21 ed. São Paulo: Martin Claret, 2011.

## Apêndice

Tabela 70 - Output Regressão Linear - (VD) Resultado Eleitoral (VI) Valor financiamento; CNAE, Ideologia, N. cand – controlados (split file) por reiterados e novatos - Modelo 2 – Cargo Governador

Reiteração	Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
Novato v	1	,186 <sup>a</sup>	,034	,034	19023523,043
	2	,194 <sup>b</sup>	,038	,034	19022127,756
	3	,243 <sup>c</sup>	,059	,052	18843513,141
	4	,247 <sup>d</sup>	,061	,053	18832955,854
Reiterado	1	,641 <sup>a</sup>	,411	,411	65429254,787
	2	,645 <sup>c</sup>	,416	,413	65324995,363
	3	,655 <sup>f</sup>	,429	,423	64760151,907
	4	,657 <sup>e</sup>	,431	,424	64676143,058

a. Predictors: (Constant), Valor\_gov

b. Predictors: (Constant), Valor\_gov, Informação e Comunicação vs Outros, Financeiro vs Outros, Construção vs Outros, Indústria vs Outros, Comércio vs Outros

c. Predictors: (Constant), Valor\_gov, Informação e Comunicação vs Outros, Financeiro vs Outros, Construção vs Outros, Indústria vs Outros, Comércio vs Outros, Esquerda e centro vs Outros, Esquerda vs Outros, Direita e centro vs Outros, Centro vs Outros, Direita esquerda vs Outros, Direita esquerda centro vs Outros

d. Predictors: (Constant), Valor\_gov, Informação e Comunicação vs Outros, Financeiro vs Outros, Construção vs Outros, Indústria vs Outros, Comércio vs Outros, Esquerda e centro vs Outros, Esquerda vs Outros, Direita e centro vs Outros, Centro vs Outros, Direita esquerda vs Outros, Direita esquerda centro vs Outros, n.candgov

e. Predictors: (Constant), Valor\_gov, Informação e Comunicação vs Outros, Construção vs Outros, Financeiro vs Outros, Comércio vs Outros, Indústria vs Outros

f. Predictors: (Constant), Valor\_gov, Informação e Comunicação vs Outros, Construção vs Outros, Financeiro vs Outros, Comércio vs Outros, Indústria vs Outros, Centro vs Outros, Direita e centro vs Outros, Esquerda e centro vs Outros, Esquerda vs Outros, Direita esquerda vs Outros, Direita esquerda centro vs Outros

g. Predictors: (Constant), Valor\_gov, Informação e Comunicação vs Outros, Construção vs Outros, Financeiro vs Outros, Comércio vs Outros, Indústria vs Outros, Centro vs Outros, Direita e centro vs Outros, Esquerda e centro vs Outros, Esquerda vs Outros, Direita esquerda vs Outros, Direita esquerda centro vs Outros, n.candgov

### Coefficients<sup>a</sup>

Reiteração	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
Novatos 1	(Constant)	4079621,070	506895,475		8,048	,000
	Valor_gov	11,442	1,519	,186	7,530	,000
2	(Constant)	4980137,931	821596,411		6,062	,000
	Valor_gov	11,319	1,526	,184	7,417	,000
	Indústria vs Outros	-979279,767	1360696,636	-,020	-,720	,472



	Comércio vs Outros	-218,4078,011	1266190,765	-0,048	-1,725,085
	Construção vs Outros	-848969,401	1475427,127	-0,016	-5,575,565
	Financeiro vs Outros	1596961,635	2482564,004	,016	,643,520
	Informação e Comunicação vs Outros	-3775859,346	2835396,789	-0,034	-1,332,183
3	(Constant)	4251853,943	916061,391		4,641,000
	Valor_gov	8,451	1,637	,137	5,164,000
	Indústria vs Outros	-1463090,707	1352953,443	-0,030	-1,081,280
	Comércio vs Outros	-2287733,442	1256531,193	-0,050	-1,821,069
	Construção vs Outros	-1175989,951	1476848,367	-0,022	-7,966,426
	Financeiro vs Outros	1224886,415	2461925,359	,013	,498,619
	Informação e Comunicação vs Outros	-3434039,220	2809914,604	-0,031	-1,222,222
	Esquerda vs Outros	561952,571	1204767,771	,012	,466,641
	Centro vs Outros	-3815464,725	2627112,414	-0,036	-1,452,147
	Direita esquerda vs Outros	4944372,177	1388036,984	,093	3,562,000
	Esquerda e centro vs Outros	-4229762,181	8477022,535	-0,012	-4,999,618
	Direita e centro vs Outros	-2249416,138	2939758,808	-0,019	-7,765,444
	Direita esquerda centro vs Outros	11072407,550	2448145,547	,121	4,523,000
4	(Constant)	2376966,053	1451690,773		1,637,102
	Valor_gov	6,545	1,997	,106	3,278,001
	Indústria vs Outros	-1583583,945	1354132,379	-0,032	-1,169,242
	Comércio vs Outros	-2341917,152	1256249,173	-0,052	-1,864,062
	Construção vs Outros	-1192569,010	1476054,563	-0,022	-7,808,419
	Financeiro vs Outros	1099185,152	2461705,048	,011	,447,655
	Informação e Comunicação vs Outros	-3269879,319	2810072,097	-0,029	-1,164,245
	Esquerda vs Outros	628751,444	1204761,591	,014	,522,602
	Centro vs Outros	-3517074,629	2631755,172	-0,033	-1,336,182
	Direita esquerda vs Outros	4307698,191	1439042,357	,081	2,993,003
	Esquerda e centro vs Outros	-3958064,065	8473845,994	-0,011	-4,467,640
	Direita e centro vs Outros	-2100562,014	2939472,890	-0,018	-7,715,475
	Direita esquerda centro vs Outros	10651768,403	2459794,018	,117	4,330,000
	n.candgov	1966274,511	1181490,018	,055	1,664,096
Reiterados1	(Constant)	10576734,331	2064991,484		5,122,000
	Valor_gov	15,027	,559	,641	26,867,000
2	(Constant)	8853464,143	4704770,628		1,882,060
	Valor_gov	14,962	,562	,639	26,632,000
	Indústria vs Outros	2701644,293	5870094,929	,015	,460,645
	Comércio vs Outros	-6346357,183	6559662,583	-0,030	-9,967,334
	Construção vs Outros	10499054,470	6341455,743	,052	1,656,098
	Financeiro vs Outros	-5215832,202	11771784,489	-0,011	-4,443,658
	Comunicação vs Outros	-7130999,476	16995063,092	-0,010	-4,420,675

3	(Constant)	2242908,350	5550452,773		,404	,686
	Valor_gov	14,285	,575	,610	24,827	,000
	Industria vs Outros	3028318,568	5864602,234	,017	,516	,606
	Comércio vs Outros	-4726972,303	6538614,372	-,022	-,723	,470
	Construção vs Outros	11460009,644	6304243,424	,057	1,818	,069
	Financeiro vs Outros	-6514109,344	11677872,544	-,014	-,558	,577
	Informação e Comunicação vs Outros	-5250103,147	16872222,492	-,008	-,311	,756
	Esquerda vs Outros	-4132773,674	7744411,029	-,014	-,534	,594
	Centro vs Outros	-8282223,911	21899737,108	-,009	-,378	,705
	Direita esquerda vs Outros	4923237,451	4991059,976	,027	,986	,324
	Esquerda e centro vs Outros	-2754375,847	29279162,805	-,002	-,094	,925
	Direita e centro vs Outros	-1820003,657	11239856,221	-,004	-,162	,871
	Direita esquerda centro vs Outros	25585499,014	5861434,506	,121	4,365	,000
4	(Constant)	550308,250	5613475,916		,098	,922
	Valor_gov	12,752	,987	,544	12,925	,000
	Industria vs Outros	2401089,409	5866171,843	,013	,409	,682
	Comércio vs Outros	-5176329,036	6534358,966	-,024	-,792	,428
	Construção vs Outros	11338777,726	6296384,545	,056	1,801	,072
	Financeiro vs Outros	-	11854965,643	-,023	-,892	,372
	Comunicação vs Outros	-5109205,563	16850496,422	-,007	-,303	,762
	Esquerda vs Outros	-4178123,675	7734401,101	-,014	-,540	,589
	Centro vs Outros	-8021757,701	21871752,233	-,009	-,367	,714
	Direita esquerda vs Outros	3791850,810	5019576,001	,021	,755	,450
	Esquerda e centro vs Outros	-2728941,469	29241184,005	-,002	-,093	,926
	Direita e centro vs Outros	-1927791,245	11225417,055	-,004	-,172	,864
	Direita esquerda centro vs Outros	21651093,588	6204879,366	,103	3,489	,001
	n.candgov	2188187,916	1144298,927	,086	1,912	,056

a. Dependent Variable: Votos\_GOV

Tabela 71 - Output Regressão Linear - (VD) Resultado Eleitoral (VI) Valor financiamento; CNAE, Ideologia, N. cand - controlados (split file) por reiterados e novatos - Modelo 2 - Cargo Senador

Reiteração	Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
Novato	1	,028 <sup>a</sup>	,001	-,001	71789254,380
	2	,110 <sup>b</sup>	,012	-,001	71776298,997
	3	,155 <sup>c</sup>	,024	-,002	71819343,952
	4	,165 <sup>d</sup>	,027	-,001	71785264,005
Reiterado	1	,497 <sup>e</sup>	,247	,245	92197091,324
	2	,506 <sup>e</sup>	,256	,246	92145166,194
	3	,519 <sup>f</sup>	,270	,249	91926227,823
	4	,595 <sup>g</sup>	,354	,335	86556864,778

- a. Predictors: (Constant), Valor\_Sen
- b. Predictors: (Constant), Valor\_Sen, Informação e Comunicação vs Outros, Comércio vs Outros, Financeiro vs Outros, Construção vs Outros, Indústria vs Outros
- c. Predictors: (Constant), Valor\_Sen, Informação e Comunicação vs Outros, Comércio vs Outros, Financeiro vs Outros, Construção vs Outros, Indústria vs Outros, Esquerda e centro vs Outros, Centro vs Outros, Direita esquerda vs Outros, Direita e centro vs Outros, Direita esquerda centro vs Outros, Esquerda vs Outros
- d. Predictors: (Constant), Valor\_Sen, Informação e Comunicação vs Outros, Comércio vs Outros, Financeiro vs Outros, Construção vs Outros, Indústria vs Outros, Esquerda e centro vs Outros, Centro vs Outros, Direita esquerda vs Outros, Direita e centro vs Outros, Direita esquerda centro vs Outros, Esquerda vs Outros, n.candsenado
- e. Predictors: (Constant), Valor\_Sen, Informação e Comunicação vs Outros, Financeiro vs Outros, Comércio vs Outros, Construção vs Outros, Indústria vs Outros
- f. Predictors: (Constant), Valor\_Sen, Informação e Comunicação vs Outros, Financeiro vs Outros, Comércio vs Outros, Construção vs Outros, Indústria vs Outros, Direita e centro vs Outros, Centro vs Outros, Esquerda e centro vs Outros, Esquerda vs Outros, Direita esquerda centro vs Outros, Direita esquerda centro vs Outros
- g. Predictors: (Constant), Valor\_Sen, Informação e Comunicação vs Outros, Financeiro vs Outros, Comércio vs Outros, Construção vs Outros, Indústria vs Outros, Direita e centro vs Outros, Centro vs Outros, Esquerda e centro vs Outros, Esquerda vs Outros, Direita esquerda vs Outros, Direita esquerda centro vs Outros, n.candsenado

**Coefficients<sup>a</sup>**

Reiteração	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
Novato	1 (Constant)	10149846,223	3716225,484		2,731	,007
	Valor_Sen	10,304	17,068	,028	,604	,546
	2 (Constant)	17669741,944	5242942,160		3,370	,001
	Valor_Sen	16,163	17,686	,044	,914	,361
	Indústria vs Outros	-17214167,702	10692631,376	-,082	-1,610	,108
	Comércio vs Outros	-11846216,035	8786806,774	-,069	-1,348	,178
	Construção vs Outros	-17512191,470	9992809,545	-,089	-1,752	,080
	Financeiro vs Outros	-1111085,736	17121205,904	-,003	-,065	,948
	Informação e Comunicação vs Outros	-15537368,729	23276844,831	-,032	-,668	,505
	3 (Constant)	10774925,679	7019837,933		1,535	,126
	Valor_Sen	6,514	18,515	,018	,352	,725
	Indústria vs Outros	-18757184,644	10835418,254	-,089	-1,731	,084
	Comércio vs Outros	-13186728,712	8824405,932	-,076	-1,494	,136
	Construção vs Outros	-19340921,289	10088731,812	-,098	-1,917	,056
	Financeiro vs Outros	-5234987,290	17459632,268	-,015	-,300	,764
	Informação e Comunicação vs Outros	-14010280,039	23405755,183	-,029	-,599	,550
	Esquerda vs Outros	10977572,515	8461664,011	,072	1,297	,195
	Centro vs Outros	-1904549,658	29955387,660	-,003	-,064	,949
	Direita esquerda vs Outros	9267608,322	9822510,556	,052	,944	,346
	Esquerda e centro vs Outros	-2619618,630	36461430,349	-,003	-,072	,943

	Direita e centro vs Outros	14890467,660	18438800,436	,040	,808	,420
	Direita esquerda centro vs Outros	27969877,652	12769662,647	,117	2,190	,029
4	(Constant)	-423305,341	11715840,601		-0,036	,971
	Valor_Sen	-6,415	21,443	-0,018	-2,299	,765
	Indústria vs Outros	-20424147,357	10919961,101	-0,097	-1,870	,062
	Comércio vs Outros	-13069081,221	8820769,319	-0,076	-1,482	,139
	Construção vs Outros	-18372762,327	10116517,769	-0,093	-1,816	,070
	Financeiro vs Outros	-4861377,466	17454154,461	-0,014	-2,279	,781
	Informação e Comunica- ção vs Outros	-14013945,708	23394648,810	-0,029	-5,599	,549
	Esquerda vs Outros	10641081,145	8462346,369	,070	1,257	,209
	Centro vs Outros	-2342754,027	29943424,093	-0,004	-0,078	,938
	Direita esquerda vs Outros	8780749,228	9826319,920	,049	,894	,372
	Esquerda e centro vs Outros	-3085177,588	36446215,969	-0,004	-0,085	,933
	Direita e centro vs Outros	14506428,470	18432859,405	,039	,787	,432
	Direita esquerda centro vs Outros	25640195,329	12911992,427	,107	1,986	,048
	n.cand.senado	12075770,263	10117650,342	,069	1,194	,233
Reiterado	1 (Constant)	13277880,425	4495512,869		2,954	,003
	Valor_Sen	38,064	3,146	,497	12,099	,000
2	(Constant)	19455833,123	10063441,431		1,933	,054
	Valor_Sen	37,863	3,168	,494	11,954	,000
	Indústria vs Outros	-17485266,134	12575456,031	-0,078	-1,390	,165
	Comércio vs Outros	-9661791,652	14640191,597	-0,034	-6,660	,510
	Construção vs Outros	2695799,931	13713594,682	,011	,197	,844
	Financeiro vs Outros	17221115,089	20192395,274	,039	,853	,394
	Informação e Comunica- ção vs Outros	-10468251,861	28436679,306	-0,016	-3,368	,713
3	(Constant)	10230477,281	12584587,703		,813	,417
	Valor_Sen	35,833	3,240	,468	11,061	,000
	Indústria vs Outros	-15898479,205	12657647,531	-0,071	-1,256	,210
	Comércio vs Outros	-7134002,334	14713888,210	-0,025	-4,855	,628
	Construção vs Outros	2292936,458	13803686,827	,009	,166	,868
	Financeiro vs Outros	18346506,033	20301064,737	,042	,904	,367
	Informação e Comunica- ção vs Outros	-4054019,942	28724595,214	-0,006	-1,141	,888
	Esquerda vs Outros	-3027388,361	21177106,350	-0,006	-1,143	,886
	Centro vs Outros	-3705242,056	92907395,902	-0,002	-0,040	,968
	Direita esquerda vs Outros	-1217188,602	12369179,174	-0,005	-0,098	,922

	Esquerda e centro vs Outros	-12189602,607	54264376,410	-,009	-,225	,822
	Direita e centro vs Outros	4014707,154	22219878,590	,008	,181	,857
	Direita esquerda centro vs Outros	25610898,636	12142167,795	,116	2,109	,035
4	(Constant)	-1125164,889	11944989,276		-,094	,925
	Valor_Sen	-6,286	6,368	-,082	-,987	,324
	Industria vs Outros	-21865588,692	11944604,415	-,097	-,183	,068
	Comércio vs Outros	-13165498,123	13877564,854	-,046	-,949	,343
	Construção vs Outros	1743460,213	12997625,266	,007	,134	,893
	Financeiro vs Outros	-11199038,321	19513354,232	-,026	-,574	,566
	Informação e Comunicação vs Outros	-8113373,545	27052171,996	-,012	-,300	,764
	Esquerda vs Outros	-8028891,348	19951208,495	-,017	-,402	,688
	Centro vs Outros	-7004528,143	87481819,248	-,003	-,080	,936
	Direita esquerda vs Outros	-6966727,255	11671673,457	-,031	-,597	,551
	Esquerda e centro vs Outros	-8325243,499	51097396,514	-,006	-,163	,871
	Direita e centro vs Outros	5666477,563	20923175,568	,011	,271	,787
	Direita esquerda centro vs Outros	1219201,250	11882439,916	,006	,103	,918
	n.cand.senado	21528813,255	2857322,992	,654	7,535	,000

a. Dependent Variable: Votos\_SEN

Tabela 72 - Output Regressão Linear - (VD) Resultado Eleitoral (VI) Valor financiamento; CNAE, Ideologia, N. cand - controlados (split file) por reiterados e novatos - Modelo 2 - Cargo Deputado Federal

Reiteração	Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0	1	,353 <sup>a</sup>	,125	,125	629993,288
	2	,355 <sup>b</sup>	,126	,125	629749,311
	3	,369 <sup>c</sup>	,136	,134	626651,048
	4	,462 <sup>d</sup>	,214	,212	597847,947
1	1	,694 <sup>a</sup>	,481	,481	4007330,858
	2	,694 <sup>c</sup>	,482	,481	4008496,070
	3	,698 <sup>d</sup>	,487	,484	3996026,321
	4	,731 <sup>e</sup>	,534	,531	3809665,119

a. Predictors: (Constant), Valor\_DEP\_FED

b. Predictors: (Constant), Valor\_DEP\_FED, Comércio vs Outros, Financeiro vs Outros, Informação e Comunicação vs Outros, Construção vs Outros, Industria vs Outros

c. Predictors: (Constant), Valor\_DEP\_FED, Comércio vs Outros, Financeiro vs Outros, Informação e Comunicação vs Outros, Construção vs Outros, Industria vs Outros, Esquerda e centro vs Outros, Direita e centro vs Outros, Direita esquerda vs Outros, Direita esquerda centro vs Outros, Esquerda vs Outros

d. Predictors: (Constant), Valor\_DEP\_FED, Comércio vs Outros, Financeiro vs Outros, Informação e Comunicação vs Outros, Construção vs Outros, Industria vs Outros, Esquerda e centro vs Outros, Centro vs Outros, Direita e

centro vs Outros, Direita esquerda vs Outros, Direita esquerda centro vs Outros, Esquerda vs Outros, n.cand.federal e. Predictors: (Constant), Valor\_DEP\_FED, Construção vs Outros, Financeiro vs Outros, Informação e Comunicação vs Outros, Comércio vs Outros, Indústria vs Outros

f. Predictors: (Constant), Valor\_DEP\_FED, Construção vs Outros, Financeiro vs Outros, Informação e Comunicação vs Outros, Comércio vs Outros, Indústria vs Outros, Centro vs Outros, Esquerda e centro vs Outros, Direita e centro vs Outros, Esquerda vs Outros, Direita esquerda centro vs Outros, Direita esquerda vs Outros

g. Predictors: (Constant), Valor\_DEP\_FED, Construção vs Outros, Financeiro vs Outros, Informação e Comunicação vs Outros, Comércio vs Outros, Indústria vs Outros, Centro vs Outros, Esquerda e centro vs Outros, Direita e centro vs Outros, Esquerda vs Outros, Direita esquerda centro vs Outros, Direita esquerda vs Outros, n.cand.federal

Coefficients<sup>a</sup>

Reiteração	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
Novatos	1 (Constant)	126109,172	8859,969		14,234	,000
	Valor_DEP_FED	1,415	,051	,353	27,635	,000
	2 (Constant)	128990,784	13610,935		9,477	,000
	Valor_DEP_FED	1,412	,051	,353	27,481	,000
	Indústria vs Outros	47749,759	25211,707	,026	1,894	,058
	Comércio vs Outros	-31913,070	22607,445	-,020	-1,412	,158
	Construção vs Outros	-14668,062	27960,160	-,007	-,525	,600
	Financeiro vs Outros	-39897,178	48940,897	-,011	-,815	,415
	Informação e Comunicação vs Outros	-5702,666	41487,821	-,002	-,137	,891
	3 (Constant)	121713,382	15972,095		7,620	,000
	Valor_DEP_FED	1,318	,053	,329	24,954	,000
	Indústria vs Outros	38968,023	25200,086	,021	1,546	,122
Comércio vs Outros	-33509,798	22537,628	-,021	-1,487	,137	
Construção vs Outros	-23860,444	28000,694	-,012	-,852	,394	
Financeiro vs Outros	-53774,768	48800,401	-,014	-1,102	,271	
Informação e Comunicação vs Outros	-5708,885	41319,333	-,002	-,138	,890	
Esquerda vs Outros	-700,194	20847,430	,000	-,034	,973	
Centro vs Outros	-58635,801	34071,211	-,023	-1,721	,085	
Direita esquerda vs Outros	49332,562	29598,123	,022	1,667	,096	
Esquerda e centro vs Outros	56670,898	148349,740	,005	,382	,702	
Direita e centro vs Outros	95722,390	51674,800	,024	1,852	,064	
Direita esquerda centro vs Outros	371464,672	52659,862	,093	7,054	,000	
4 (Constant)	9698,995	15997,844		,606	,544	
Valor_DEP_FED	,559	,060	,140	9,274	,000	
Indústria vs Outros	40576,337	24041,903	,022	1,688	,092	
Comércio vs Outros	-11277,059	21523,452	-,007	-,524	,600	
Construção vs Outros	-30345,191	26715,172	-,015	-1,136	,256	

		Financeiro vs Outros	-26840,552	46572,098	-,007	-,576	,564
		Informação e Comunicação vs Outros	4009,805	39422,417	,001	,102	,919
		Esquerda vs Outros	-5093,916	19890,126	-,003	-,256	,798
		Centro vs Outros	-52920,244	32506,128	-,020	-1,628	,104
		Direita esquerda vs Outros	-24918,106	28421,757	-,011	-,877	,381
		Esquerda e centro vs Outros	-10465,827	141561,180	-,001	-,074	,941
		Direita e centro vs Outros	21647,247	49404,805	,005	,438	,661
		Direita esquerda centro vs Outros	-28100,050	53160,259	-,007	-,529	,597
		n.cand.federal	108133,789	4703,131	,367	22,992	,000
Reiterados	1	(Constant)	317081,900	89719,997		3,534	,000
		Valor_DEP_FED	1,783	,041	,694	43,351	,000
	2	(Constant)	100215,450	190104,263		,527	,598
		Valor_DEP_FED	1,784	,041	,694	43,240	,000
		Indústria vs Outros	169028,289	251731,134	,014	,671	,502
		Comércio vs Outros	299548,761	275108,336	,022	1,089	,276
		Construção vs Outros	343008,972	274392,638	,025	1,250	,211
		Financeiro vs Outros	52177,097	492733,086	,002	,106	,916
		Informação e Comunicação vs Outros	751236,493	449184,110	,029	1,672	,095
	3	(Constant)	-65063,291	219741,407		-,296	,767
		Valor_DEP_FED	1,750	,042	,681	41,501	,000
		Indústria vs Outros	139017,993	253312,763	,011	,549	,583
		Comércio vs Outros	311391,094	275154,185	,022	1,132	,258
		Construção vs Outros	292928,698	274864,443	,021	1,066	,287
		Financeiro vs Outros	-92791,402	494019,044	-,003	-,188	,851
		Informação e Comunicação vs Outros	766853,334	449487,944	,029	1,706	,088
		Esquerda vs Outros	-62551,434	288678,738	-,004	-,217	,828
		Centro vs Outros	-87200,534	541378,291	-,003	-,161	,872
		Direita esquerda vs Outros	54406,693	226275,906	,004	,240	,810
		Esquerda e centro vs Outros	-42100,005	887089,017	-,001	-,047	,962
		Direita e centro vs Outros	963128,235	428195,265	,037	2,249	,025
		Direita esquerda centro vs Outros	1001047,764	284470,999	,063	3,519	,000
	4	(Constant)	-97683,483	209505,914		-,466	,641
		Valor_DEP_FED	,587	,091	,228	6,458	,000
		Indústria vs Outros	82208,516	241532,013	,007	,340	,734
		Comércio vs Outros	273657,643	262335,285	,020	1,043	,297
		Construção vs Outros	61997,955	262546,318	,004	,236	,813

Financeiro vs Outros	-535712,580	472004,182	-,019	-1,135	,257
Informação e Comunicação vs Outros	701374,551	428549,976	,027	1,637	,102
Esquerda vs Outros	-61890,487	275215,739	-,004	-,225	,822
Centro vs Outros	-77248,839	516130,705	-,002	-,150	,881
Direita esquerda vs Outros	-106987,464	216020,273	-,009	-,495	,620
Esquerda e centro vs Outros	-40866,938	845718,179	-,001	-,048	,961
Direita e centro vs Outros	847092,242	408306,886	,033	2,075	,038
Direita esquerda centro vs Outros	-185422,642	283697,325	-,012	-,654	,513
n.cand.federal	141147,711	9905,124	,522	14,250	,000

a. Dependent Variable: Votos\_FED

Tabela 73 - Output Regressão Linear - (VD) Resultado Eleitoral (VI) Valor financiamento; CNAE, Ideologia, N. cand - controlados (split file) por reiterados e novatos - Modelo 2 - Cargo Deputado Estadual

Reiteração	Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0	1	,314 <sup>a</sup>	,099	,099	449465,330
	2	,318 <sup>b</sup>	,101	,100	449020,629
	3	,333 <sup>c</sup>	,111	,110	446710,706
	4	,377 <sup>d</sup>	,142	,141	438815,680
1	1	,770 <sup>e</sup>	,593	,593	1876544,437
	2	,770 <sup>b</sup>	,593	,592	1877701,949
	3	,772 <sup>c</sup>	,596	,594	1873997,424
	4	,811	,657	,655	1726364,952

a. Predictors: (Constant), Valor\_DEP\_EST

b. Predictors: (Constant), Valor\_DEP\_EST, Indústria vs Outros, Financeiro vs Outros, Informação e Comunicação vs Outros, Construção vs Outros, Comércio vs Outros

c. Predictors: (Constant), Valor\_DEP\_EST, Indústria vs Outros, Financeiro vs Outros, Informação e Comunicação vs Outros, Construção vs Outros, Comércio vs Outros, Esquerda e centro vs Outros, Centro vs Outros, Direita e centro vs Outros, Direita esquerda vs Outros, Direita esquerda centro vs Outros, Esquerda vs Outros

d. Predictors: (Constant), Valor\_DEP\_EST, Indústria vs Outros, Financeiro vs Outros, Informação e Comunicação vs Outros, Construção vs Outros, Comércio vs Outros, Esquerda e centro vs Outros, Centro vs Outros, Direita e centro vs Outros, Direita esquerda vs Outros, Direita esquerda centro vs Outros, Esquerda vs Outros, n.cand.estadual

e. Predictors: (Constant), Valor\_DEP\_EST, Indústria vs Outros, Financeiro vs Outros, Informação e Comunicação vs Outros, Construção vs Outros, Comércio vs Outros, Centro vs Outros, Esquerda e centro vs Outros, Direita e centro vs Outros, Esquerda vs Outros, Direita esquerda centro vs Outros, Direita esquerda vs Outros

f. Predictors: (Constant), Valor\_DEP\_EST, Indústria vs Outros, Financeiro vs Outros, Informação e Comunicação vs Outros, Construção vs Outros, Comércio vs Outros, Centro vs Outros, Esquerda e centro vs Outros, Direita e centro vs Outros, Esquerda vs Outros, Direita esquerda centro vs Outros, Direita esquerda vs Outros, n.cand.estadual



Coefficients<sup>a</sup>

Reiteração Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
0	1 (Constant)	45731,923	5254,112		8,704	,000
	Valor_DEP_EST	1,554	,053	,314	29,499	,000
2	(Constant)	71287,049	8228,362		8,664	,000
	Valor_DEP_EST	1,569	,053	,317	29,597	,000
	Industria vs Outros	-24643,781	15080,262	-,019	-1,634	,102
	Comércio vs Outros	-45764,636	12635,142	-,043	-3,622	,000
	Construção vs Outros	-63005,614	17027,909	-,042	-3,700	,000
	Financeiro vs Outros	-41411,082	34791,892	-,013	-1,190	,234
	Informação e Comunicação vs Outros	-30140,271	23765,032	-,014	-1,268	,205
3	(Constant)	56329,150	9313,837		6,048	,000
	Valor_DEP_EST	1,450	,055	,293	26,315	,000
	Industria vs Outros	-31002,884	15028,921	-,024	-2,063	,039
	Comércio vs Outros	-42372,874	12583,662	-,040	-3,367	,001
	Construção vs Outros	-69940,076	16980,082	-,047	-4,119	,000
	Financeiro vs Outros	-58700,527	34679,206	-,018	-1,693	,091
	Informação e Comunicação vs Outros	-33367,264	23654,323	-,016	-1,411	,158
	Esquerda vs Outros	10093,047	12150,086	,009	,831	,406
	Centro vs Outros	-1639,019	20426,705	-,001	-,080	,936
	Direita esquerda vs Outros	103501,795	19587,306	,058	5,284	,000
	Esquerda e centro vs Outros	-22221,921	81848,148	-,003	-,272	,786
	Direita e centro vs Outros	223668,057	34002,949	,070	6,578	,000
	Direita esquerda centro vs Outros	176326,188	33421,482	,058	5,276	,000
	4	(Constant)	-2449,708	9780,554		-,250
Valor_DEP_EST		,934	,062	,189	15,051	,000
Industria vs Outros		-26005,467	14766,230	-,020	-1,761	,078
Comércio vs Outros		-35808,463	12367,290	-,034	-2,895	,004
Construção vs Outros		-57474,958	16696,085	-,039	-3,442	,001
Financeiro vs Outros		-57048,284	34066,436	-,018	-1,675	,094
Informação e Comunicação vs Outros		-32073,145	23236,388	-,015	-1,380	,168
Esquerda vs Outros		6705,590	11937,012	,006	,562	,574
Centro vs Outros		-5009,338	20066,669	-,003	-,250	,803
Direita esquerda vs Outros		71699,102	19331,825	,040	3,709	,000
Esquerda e centro vs Outros		-27652,688	80402,223	-,004	-,344	,731
Direita e centro vs Outros		185587,036	33476,995	,058	5,544	,000
Direita esquerda centro vs		24437,937	34024,433	,008	,718	,473

	Outros					
	n.cand.estadual	20259,496	1191,536	,219	17,003	,000
1	1 (Constant)	67279,753	38665,912		1,740	,082
	Valor_DEP_EST	1,812	,031	,770	59,183	,000
	2 (Constant)	21809,748	84104,673		,259	,795
	Valor_DEP_EST	1,811	,031	,769	58,880	,000
	Indústria vs Outros	29800,397	109329,678	,005	,273	,785
	Comércio vs Outros	10403,451	116036,686	,001	,090	,929
	Construção vs Outros	119299,311	122333,075	,016	,975	,330
	Financeiro vs Outros	100171,909	232831,856	,006	,430	,667
	Informação e Comunicação vs Outros	201662,345	199284,125	,014	1,012	,312
	3 (Constant)	-49572,461	97572,902		-,508	,611
	Valor_DEP_EST	1,780	,032	,756	56,161	,000
	Indústria vs Outros	31498,814	109744,845	,005	,287	,774
	Comércio vs Outros	32707,607	116135,015	,005	,282	,778
	Construção vs Outros	113171,598	122602,449	,015	,923	,356
	Financeiro vs Outros	69323,375	233612,435	,004	,297	,767
	Informação e Comunicação vs Outros	223914,793	199475,323	,016	1,123	,262
	Esquerda vs Outros	26669,486	117308,845	,003	,227	,820
	Centro vs Outros	27146,785	196727,234	,002	,138	,890
	Direita esquerda vs Outros	15638,680	98709,328	,002	,158	,874
	Esquerda e centro vs Outros	-41031,508	414521,485	-,001	-,099	,921
	Direita e centro vs Outros	74527,482	193241,614	,005	,386	,700
	Direita esquerda centro vs Outros	481572,838	129020,096	,054	3,733	,000
	4 (Constant)	-144129,369	90002,351		-1,601	,109
	Valor_DEP_EST	,113	,086	,048	1,319	,187
	Indústria vs Outros	27848,123	101099,361	,004	,275	,783
	Comércio vs Outros	13604,376	106989,950	,002	,127	,899
	Construção vs Outros	71789,566	112961,617	,010	,636	,525
	Financeiro vs Outros	-91205,349	215348,489	-,005	-,424	,672
	Informação e Comunicação vs Outros	147300,884	183798,099	,010	,801	,423
	Esquerda vs Outros	-13929,250	108085,145	-,002	-,129	,897
	Centro vs Outros	-9071,324	181237,632	-,001	-,050	,960
	Direita esquerda vs Outros	-41190,504	90974,564	-,006	-,453	,651
	Esquerda e centro vs Outros	-26100,668	381866,396	-,001	-,068	,946
	Direita e centro vs Outros	-114420,234	178252,399	-,008	-,642	,521
	Direita esquerda centro vs Outros	-23070,185	121334,476	-,003	-,190	,849
	n.cand.estadual	57600,288	2784,926	,765	20,683	,000

a. Dependent Variable: Votos\_DEP\_EST

Tabela 74 - Empresas com CNPJ distintos nos dois ciclos eleitorais - Agregadas na base de dados para fins identificação da reiteração pelo nome

Nome empresa agregada	CNPJ informado ao TRE	Empresa Declarado ao TSE
GRUPO ODEBRECHT	6206132000150	ODEBRECHT S.A
GRUPO ODEBRECHT	8091102000171	ODEBRACHP OLEO E GÁS S/A
GRUPO ODEBRECHT	8636745000153	ODEBRECHT AGRO INDUSTRIAL SA
GRUPO ODEBRECHT	10904193000169	ODEBRECHT SERVICOS E PARTICIPACOES S/A
GRUPO ODEBRECHT	15102288000182	CONSTRUTORA NORBERTO ODEBRECHT S A
GRUPO ODEBRECHT	15102288038236	CONSTRUTORA ODEBRECHT S.A.
GRUPO ODEBRECHT	17379564000180	ODEBRECHT AMBIENTAL - OTACÍLIO COSTA
COSAN S.A.	33000092000169	COSAN LUBRIFICANTES E ESPECIALIDADES S.A.
COSAN S.A.	3300092000169	COSAN LUBRIFICANTES E ESPECIALIDADES
GRUPO GERDAU	7359641000186	GRUPO GERDAU
BRADESCO	10221375000135	BRADESCO PREVIDENCIA
BRADESCO	33010851000174	BRADESCO CAPITALIZAÇÃO SA
BRADESCO	47509120000182	BRADESCO LEASING S.A. - ARRENDAMENTO MERCANTIL
BRADESCO	51990695000137	BRADESCO VIDA E PREVIDENCIA S.A.
BRADESCO	52568821000122	ADM DE CONSORCIOS LTDA
BRADESCO	59438325000101	BANCO BRADESCO CARTOES S.A.
BRADESCO	60746948000112	BANCO BRADESCO SA
BRADESCO	61855045000132	BRADESCO
BRADESCO	62375134000144	BRAM BRADESCO ASSET MANAGENT SA
BRADESCO	92693118000160	BRADESCO SAÚDE S/A
CRBS/AMBEV	2125403000192	LoNDRINA BEBIDAS LTDA
CRBS/AMBEV	56228356000131	CRBS S/A
BANCO BTG PACTUAL	7133522000100	BTG PACTUAL COMERCIALIZADORA DE ENERGIA LTDA
BANCO BTG PACTUAL	9631542000137	BTG PACTUAL GESTORA DE RECURSOS
BANCO BTG PACTUAL	15073274000188	BTG PACTUAL CORRETORA
BANCO BTG PACTUAL	29650082000100	B.T.G. PACTUAL ASSIST. MANAGENT
BANCO BTG	2965008200028	BTG PACTUAL MANAGEMENT S/A - DISTRIBUIDORA DE TITULOS E

PACTUAL	2	VALORES MOBILIARIOS
BANCO BTG PACTUAL	29650820000100	BTG PACTUAL ASSENT MANOGEMENT
BANCO BTG PACTUAL	30306294000145	BANCO BTG PACTUAL S.A.
BANCO BTG PACTUAL	43815158000122	BTG PACCTUAL
BANCO BTG PACTUAL	59281253000123	BTG PACTUAL SERVIÇOS FINANCEIROS S/A DISTRIBUIDORA DE TÍTULOS E VALORES MOBILÍARIOS
CAMARGO CORREA	11178024000151	CAMARGO CORREA CONSTRUÇÃO INDUSTRIAIS S/A
CAMARGO CORREA S.A.	61522512000102	CONSTRUÇÃO E COMÉRCIO CAMARGO CORREA S/A
CAMARGO CORREA S.A.	62258884000136	INTERCEMENT BRASIL S.A.
VOTORANTIN S.A.	1386256000141	VOTORANTIM
VOTORANTIN S.A.	1637895000132	VOLTORANTIM CIMENTOS S.A.
VOTORANTIN S.A.	10656452000180	VOTORANTIM CIMENTO N/NE S/A
VOTORANTIN S.A.	60892403000114	VOTORANTIM
CONTAX PARTICIPAÇÃO	4032433000180	CONTAX PARTICIPAÇÕES S/A
CONTAX PARTICIPAÇÃO	67313221000190	CONTAX
GRUPO OAS. S.A.	14310577000104	CONSTRUTORA OAS
GRUPO OAS. S.A.	14310577003049	CONSTRUTORA OAS S.A.
GRUPO OAS. S.A.	14811848000105	OAS S.A
GRUPO OAS. S.A.	18738703000187	OAS LOGÍSTICA E C EXTERIOR S/A
GRUPO JBS S.A.	2916265000160	J B S S/A FRIGORIFICO
GRUPO JBS S.A.	2916265002707	J B S S/A
GRUPO JBS S.A.	4511430000129	JBS S.A.
GRUPO JBS S.A.	8199996000118	JBS ABES LTDA
MARFRIG/SEARA	2914460000150	SEARA ALIMENTOS LTDA
MARFRIG/SEARA	2914460000665	SEARA ALIMENTOS LTDA
MARFRIG/SEARA	3853896000140	MARFRG - FRIGORICOS COM DE ALIMENTOS
MARFRIG/SEARA	4748631000144	MARFRIG- FRIGORIFICO COM. ALIMENTOS S/A
UTC ENGENHARIA	4053091	UTC ENGENHARIA S.A.
UTC ENGENHARIA	4402366	UTC ENGENHARIA LTDA

QUEIROZ GALVÃO S/A	4899037000154	QUAEIROZ GALVÃO ALIMENTOS
QUEIROZ GALVÃO S/A	8805525000106	QUEIROZ GALVÃO EMPREENDIMENTOS LTDA
QUEIROZ GALVÃO S/A	11535028000140	QUEIROZ GALVÃO DES. IMOBILIÁRIO S/A
QUEIROZ GALVÃO S/A	11862944000194	QUEIROZ GALVÃO TOWER DESENV. IMOB. LTDA
QUEIROZ GALVÃO S/A	33412792000160	CONST. QUEIROZ GALVAO S/A
QUEIROZ GALVÃO S/A	40843021000193	QUEIROZ GALVAO SERVICOS ESPECIAIS DE ENGENHARIA
ENGEVIX ENGENHARIA	103582000131	ENGEVIX ENGENHARIA S/A
ENGEVIX ENGENHARIA	103582000301	ENGEVIX ENGENHARIA S/A
ENGEVIX ENGENHARIA	11754525000139	ECOVIX - ENGEVIX CONSTRUÇÕES OCEANICAS S/A
GRUPO VALE S.A.	2207392000190	VALE DE ENERGIA S.A
GRUPO VALE S.A.	15144306000199	VALE MANGANES S/A

Fonte: Autor com base em dados do TSE

Tabela 75: Empresas que financiaram todos os cargos - Eleição de 2010

<b>Empresa</b>	<b>Valor</b>
BANCO BMG S/A	R\$ 15.498.500,00
BANCO CRUZEIRO DO SUL	R\$ 3.172.485,12
BANCO ITAU S/A	R\$ 23.620.000,00
BRUNO BARBOSA CORREA	R\$ 250.754,49
EMBRAER	R\$ 1.255.000,00
EMPRESA KLABIN S.A.	R\$ 3.000.210,34
GRUPO GERDAU	R\$ 14.384.000,00
LATAPACK - BALL EMBALAGENS LTDA	R\$ 550.000,00
<b>Total</b>	<b>R\$ 61.730.949,95</b>

Fonte: Autor com base em dados do TSE

Tabela 76 - Reiteração por cargo segundo n. de financiadores e volume de recursos (R\$) - 2010

Cargo	Totais Milhões R\$	N. Total	Reiteração R\$ %	Reiteração N %
Dep EST	145,7	9855	22,3	11,7
Dep EST Dep FED	156,9	1850	38,5	30,5
Dep EST Dep FEDGOV	63,8	228	61,7	50,0
Dep EST Dep FEDGOVPRES	3,7	6	6,1	16,7
Dep EST Dep FEDGOV PRESSEN	61,7	8	94,5	75,0
Dep EST Dep FEDGOVSEN	387,7	234	80,1	62,4
Dep EST Dep FEDPRES	3,5	18	7,6	16,7

Dep EST Dep FEDPRESSEN	0,8	1	0,0	0,0
Dep EST Dep FEDSEN	71,2	195	55,0	52,8
Dep ESTGOV	23,6	191	63,6	45,0
Dep ESTGOVPRES	0,3	6	0,0	0,0
Dep ESTGOVPRESSEN	0,1	2	0,0	0,0
Dep ESTGOVSEN	21,9	63	69,7	46,0
Dep ESTPRES	1,4	8	0,2	12,5
Dep ESTSEN	6,9	105	43,1	34,3
Dep FED	108,0	5867	26,5	12,9
Dep FEDGOV	23,0	131	54,1	38,9
Dep FEDGOVPRES	0,2	3	0,0	0,0
Dep FEDGOVSEN	22,5	60	75,6	60,0
Dep FEDPRES	0,4	3	0,0	0,0
Dep FEDPRESSEN	3,1	1	100,0	100,0
Dep FEDSEN	16,6	121	36,5	28,1
GOV	56,4	1097	31,5	16,7
GOVPRES	0,3	2	0,0	0,0
GOVSEN	15,5	99	56,6	38,4
PRES	1,9	27	14,1	3,7
PRESSEN	0,4	1	0,0	0,0
SEN	16,5	545	25,6	16,5
Total	1214,0	20727	55,4	16,5

Fonte: Autor com base em dados do TSE

Tabela 77 - Reiteração por cargo segundo n. de financiadores e volume de recursos (R\$) - 2014

Cargos	Total (Milhões R\$)	N. Total	Reiteração R\$%	Reiteração N.
Dep EST	136,0	7316	21,7	13,6
Dep EST Dep FED	212,0	1801	48,6	37,9
Dep EST Dep FED GOV	169,9	360	56,7	56,7
Dep EST Dep FED GOV PRES	108,7	52	72,4	67,3
Dep EST Dep FED GOV PRES SEN	1705,8	127	94,3	81,9
Dep EST Dep FED GOV SEN	276,7	196	81,7	68,9
Dep EST Dep FED PRES	33,7	47	36,1	51,1
Dep EST Dep FED SEN	59,6	127	60,1	60,6
Dep EST GOV	32,4	235	61,1	46,8
Dep EST GOV PRES	8,8	5	71,8	80,0
Dep EST GOV PRES SEN	1,4	1	0,0	0,0
Dep EST GOV SEN	7,2	27	48,7	48,1
Dep EST PRES	3,7	10	42,2	20,0
Dep EST PRES SEN	0,8	2	39,9	50,0
Dep EST SEN	4,3	48	54,4	39,6
Dep FED	104,5	4392	27,0	14,9
Dep FED GOV	31,3	183	59,7	39,9
Dep FED GOV PRES	4,4	6	22,1	16,7
Dep FED GOV PRES SEN	6,6	6	62,6	33,3
Dep FED GOV SEN	3,4	21	64,5	38,1
Dep FED PRES	6,5	17	53,0	35,3
Dep FED PRES SEN	0,6	2	0,0	0,0

Dep FED SEN	7,9	52	65,6	44,2
GOV	96,7	1337	35,0	23,5
GOV PRES	9,4	16	38,2	50,0
GOV PRES SEN	3,5	4	64,0	50,0
GOV SEN	13,9	50	52,3	44,0
PRES	31,6	119	27,8	23,5
PRES SEN	0,4	2	0,0	0,0
SEN	14,5	244	21,5	17,6
Total Geral	3096,0	16805	75,8	21,4

Fonte: Autor com base em dados do TSE

Tabela 78 - Relação ilustrativa de partidos financiados por Doador - Big Donos - 2010 e 2014

EMPRESA	Lista partidos financiamento eleitoral 2014	Valor 2014 <sup>1</sup> R\$
CONSTRUTORA ANDRADE GUTIERREZ	DEM PC do B PDT PEN PHS PMDB PMN PP PPL PPS PR PRB PROS PRP PRTB PSB PSC PSD PSDB PSL PT PT do B PTB PTC PTN PV SD	212.028,069
BRDESCO	DEM PC do B PDT PEN PHS PMDB PMN PP PPL PPS PR PRB PROS PRP PRTB PSB PSC PSD PSDB PSDC PSL PT PT do B PTB PTC PTN PV SD	164.689,171
COSNTRUTORA QUEIROZ GALVÃO S/A	DEM PC do B PDT PEN PHS PMDB PMN PP PPL PPS PR PRB PROS PRP PRTB PSB PSC PSD PSDB PSDC PSL PT do B PTB PTC PTN PV SD	164.517,187
CERVEJARIA PETROPOLIS S/A	DEM PC do B PDT PEN PMDB PMN PP PR PRB PROS PRP PRTB PSB PSC PSD PSDB PSDC PSL PT PTB PTC PTN PV SD	101.669,700
CRBS/AMBEV	DEM PC do B PDT PEN PHS PMDB PP PPL PPS PR PRB PROS PRP PRTB PSB PSC PSD PSDB PSDC PT PT do B PTB PTC PTN PV SD	98.285,181
AMIL ASSISTENCIA MEDICA INTERNACIONAL S/A	DEM PC do B PDT PMDB PP PPS PR PRB PROS PRP PSB PSC PSD PSDB PSDC PT PTB PTN PV SD	72.444,187
ARCELORMITTAL BRASIL S.A.	DEM PC do B PDT PMDB PMN PP PPS PR PRB PROS PRP PSB PSC PSD PSDB PSDC PT PTB PTC PV SD	71.847,135
COSAN S.A.	DEM PC do B PDT PEN PMDB PMN PP PPL PPS PR PRB PROS PRP PRTB PSB PSC PSD PSDB PSL PT PT do B PTB PTC PTN PV	68.752,947
CARIOCA CHRISTIANE NIELSEN ENGENHARIA SA	DEM PC do B PDT PEN PHS PMDB PMN PP PPS PR PRB PRP PRTB PSB PSC PSD PSDB PSDC PSL PT PTB PTC PTN PV SD	65.657,944
BRASKEM S/A	DEM PC do B PDT PEN PHS PMDB PP PPL PPS PR PRB PROS PRP PSB PSC PSD PSDB PSDC PSL PT PT do B PTB PTC PV SD	55.867,228
SUCOCITRICO CUTRALE LTDA	PC do B PDT PMDB PROS PSB PSD PSDB PT PTB PV SD	36.688,964
SERVENG CIVILSAN S.A EMPRESAS ASSOCIADAS DE ENGENHARIA	DEM C do B PHS PMDB PP PPS PR PRB PRP PSB PSC PSD PSDB PT PT do B PTB PTN PV	33.904,768
ITAU UNIBANCO S.A	DEM PC do B PDT PEN PHS PMDB PMN PP PPS PR PRB PROS PSB PSC PSD PSDB PSDC PSL PT PT do B PTB PTC PTN PV SD	31.615,875
GALVAO ENGENHARIA S/A	DEM PC do B PDT PEN PHS PMDB PMN PP PPS PR PRB PROS PSB	29.643,

<sup>1</sup> A divergência de valores em relação a tabela 8 que ilustra as empresas com doações acima de R\$ 20 milhões deve-se ao fato de que neste caso, para ilustrar todos os partidos financiados incluiu-se as doações para partidos e comitês, além das doações para candidatos.

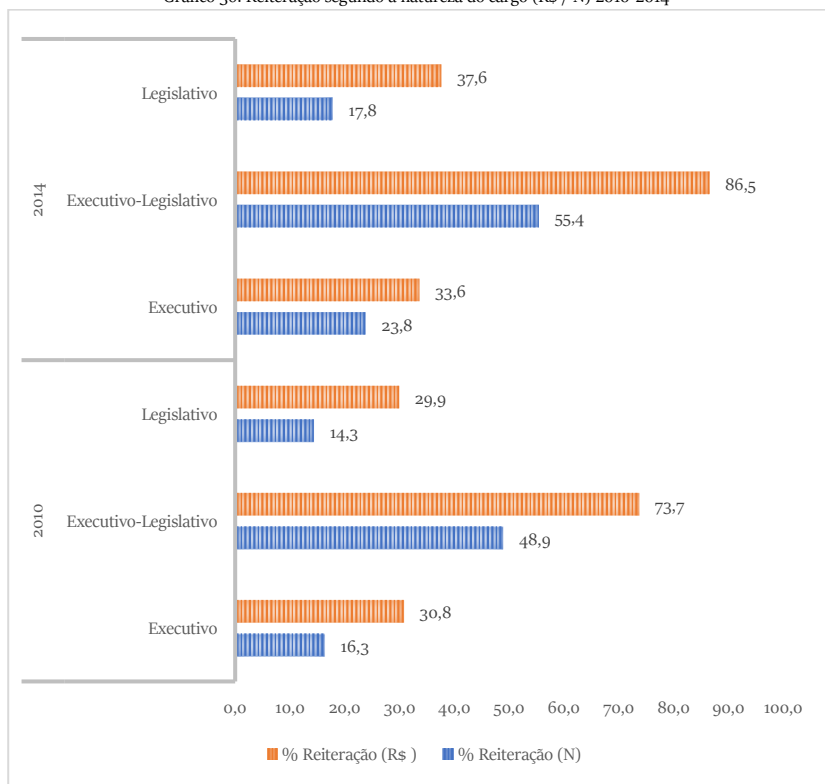
	PSC PSD PSDB PSDC PSL PT PT do B PTB PTC SD	611
C R ALMEIDA S/A - ENGENHARIA DE OBRAS	DEM PDT PHS PMDB PP PPL PPS PRB PROS PSB PSC PSD PSDB PSDC PSL PT PTB PTC PTN SD	29.498. 321
AROSUCO AROMAS E SUCOS LTDA	DEM PDT PEN PMDB PP PPL PPS PRB PROS PSB PSC PSDB PSL PT	25.716. 049

Tabela 79 - Financiadores com maior variação no número de candidatos patrocinados em 2010 e 2014.

Empresa	Valor 2010 atualizado IGP-M (FGV)	Valor 2014	n.2010	n.2014	varcand
BRASESCO	17.703.496	164.689.171	67	817	750
GRUPO OAS. S.A.	66.263.899	206.895.604	181	744	563
GRUPO JBS S.A.	82.104.026	770.458.088	165	2002	1837
UTC ENGENHARIA S.A.	22.134.705	78.475.919	55	612	557
CONST. QUEIROZ GALVÃO	88.800.575	164.517.187	192	838	646

Fonte: Autor com base em dados do TSE

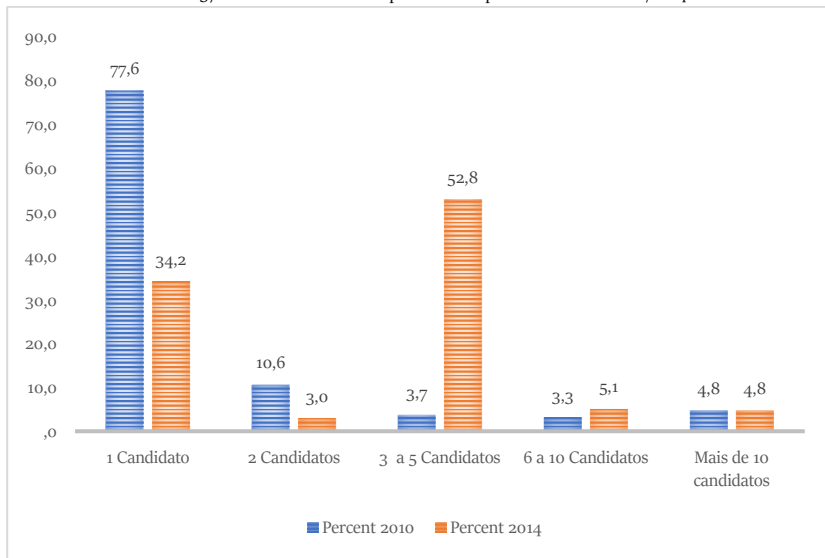
Gráfico 36: Reiteração segundo a natureza do cargo (R\$ / N) 2010-2014



Fonte: Autor com base em dados do TSE

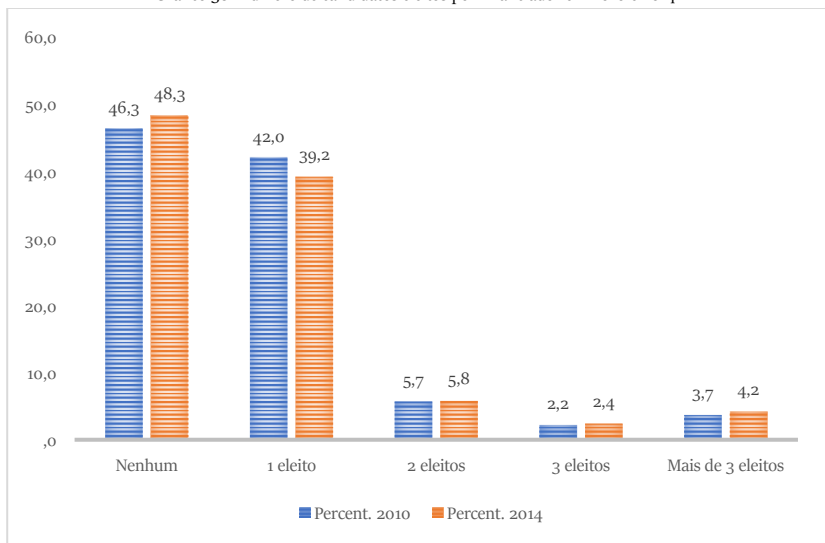


Gráfico 37: Número de candidatos patrocinados por financiador – 2010/2014



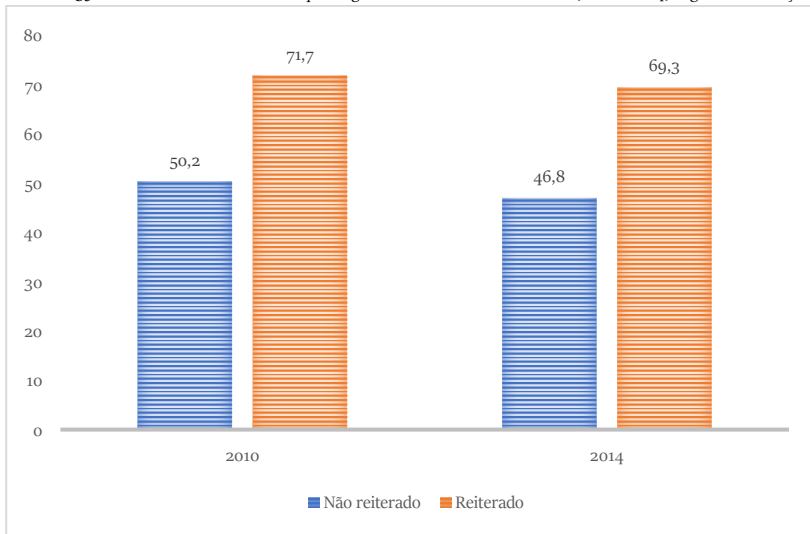
Fonte: Autor com base em dados do TSE

Gráfico 38: Número de candidatos eleitos por financiador em 2010 e 2014



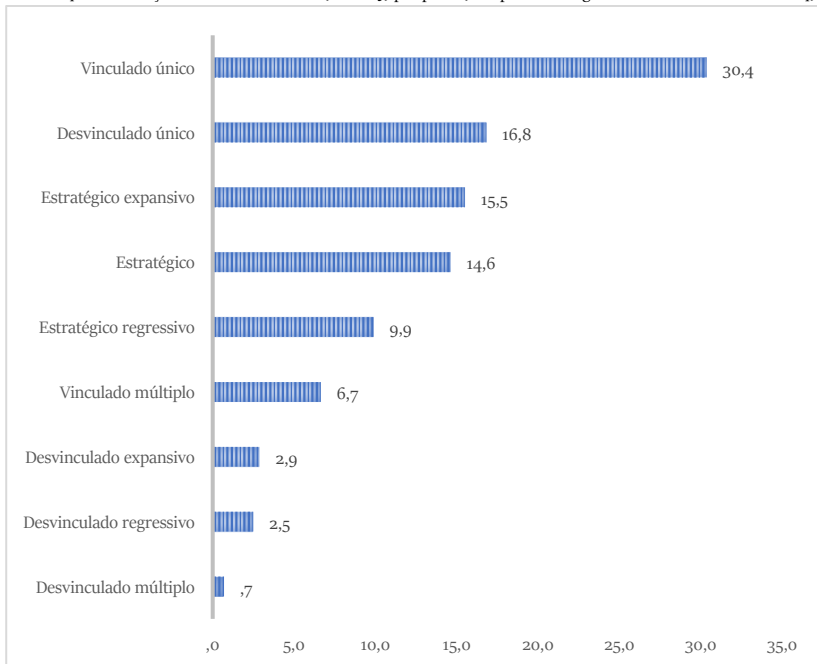
Fonte: Autor com base em dados do TSE

Gráfico 39: Percentual de financiadores que elegeram ao menos um candidato (2010 e 2014) segundo reiteração



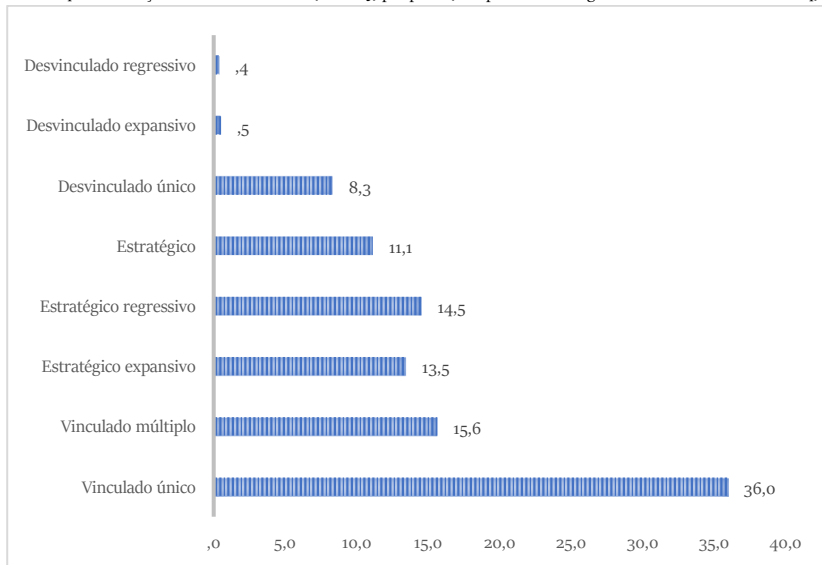
Fonte: Autor com base em dados do TSE

Gráfico 40: Distribuição de dos financiadores (% CNPJ) por perfil (Comparando cargo financiado em 2010 e em 2014)



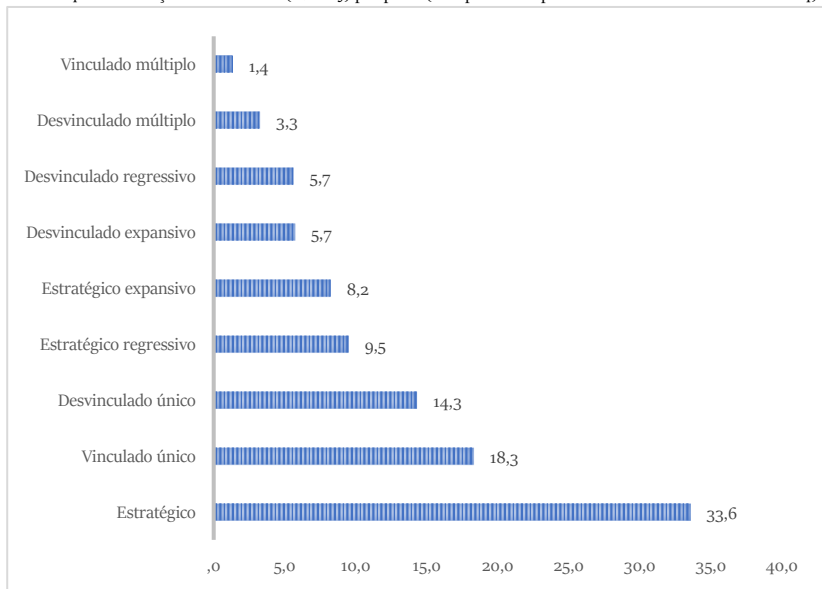
Fonte: Autor com base em dados do TSE

Gráfico 41: Distribuição de dos financiadores (% CNPJ) por perfil (Comparando Ideologia financiada em 2010 e em 2014)



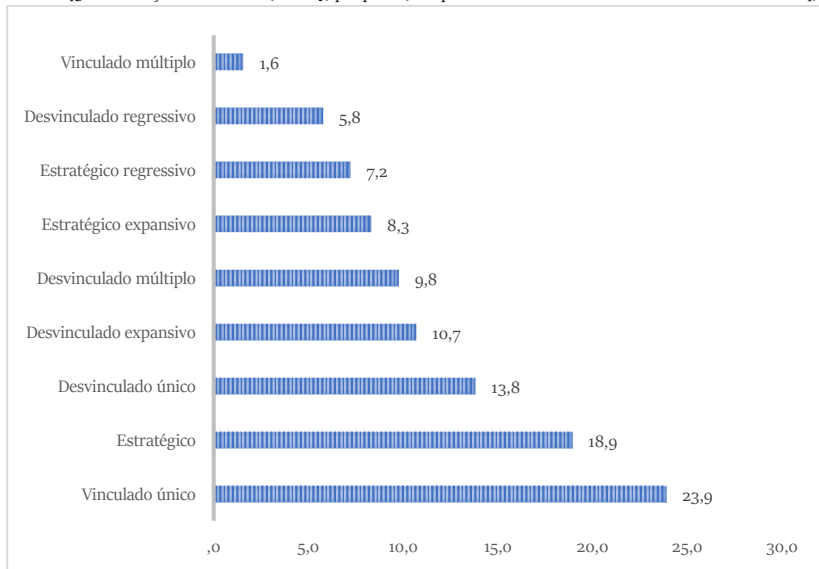
Fonte: Autor com base em dados do TSE

Gráfico 42: Distribuição financiadores (%CNPJ) por perfil (Comparando o partido financiado em 2010 e em 2014)



Fonte: Autor com base em dados do TSE

Gráfico 43: Distribuição financiadora (%CNPJ) por perfil (Comparando os candidatos financiados em 2010 e em 2014)



Fonte: Autor com base em dados do TSE

Gráfico 44: Distribuição financiadora por perfil agregado (Comparando o cargo financiado em 2010 e em 2014)



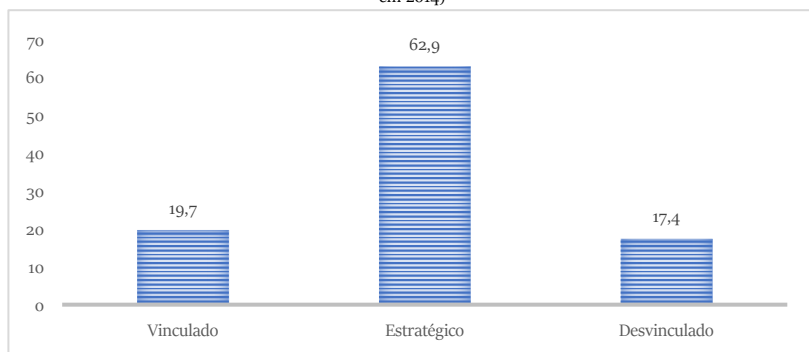
Fonte: Autor com base em dados do TSE

Gráfico 45: Distribuição financiadora (%CNPJ) por perfil agregado (Comparando a ideologia financiada em 2010 e em 2014)



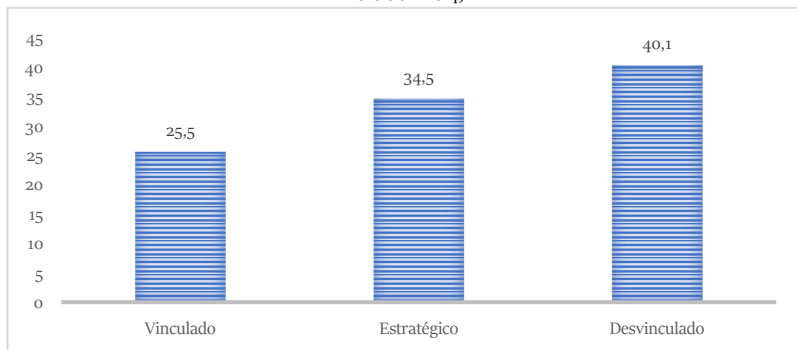
Fonte: Autor com base em dados do TSE

Gráfico 46: Distribuição financiadores (%CNPJ) por perfil agregado (Comparando o partido financiado em 2010 e em 2014)



Fonte: Autor com base em dados do TSE

Gráfico 47: Distribuição financiadores (%CNPJ) por perfil agregado (Comparando os candidatos financiados em 2010 e em 2014)



Fonte: Autor com base em dados do TSE

A Editora Fi é especializada na editoração, publicação e divulgação de pesquisa acadêmica/científica das humanidades, sob acesso aberto, produzida em parceria das mais diversas instituições de ensino superior no Brasil. Conheça nosso catálogo e siga as páginas oficiais nas principais redes sociais para acompanhar novos lançamentos e eventos.



**[www.editorafi.org](http://www.editorafi.org)**  
**[contato@editorafi.org](mailto:contato@editorafi.org)**