

FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS DE SÃO PAULO

TATIANA MIE FUJITA IIZUKA

**ANÁLISE DOS DETERMINANTES DA DECISÃO DO FINANCIAMENTO CORPORATIVO: O
CASO DOS DEPUTADOS FEDERAIS NO BRASIL.**

SÃO PAULO-SP

2015

TATIANA MIE FUJITA IIZUKA

**ANÁLISE DOS DETERMINANTES DA DECISÃO DE FINANCIAMENTO CORPORATIVO: O
CASO DOS DEPUTADOS FEDERAIS NO BRASIL.**

Dissertação de mestrado apresentada à escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas, como requisito para obtenção do título de Mestre em Administração de Empresas.

Linha de pesquisa: Estratégia Empresarial

Orientador: Rodrigo Bandeira-de-Mello, Dr.

São Paulo - SP

2015

lizuka, Tatiana Mie Fujita.

Análise dos Determinantes da Decisão do Financiamento Corporativo: O Caso dos Deputados Federais do Brasil. / Tatiana Mie Fujita lizuka. - 2015. 84f.

Orientador: Rodrigo Bandeira-de-Mello

Dissertação (mestrado) - Escola de Administração de Empresas de São Paulo.

1. Deputados federais - Desempenho. 2. Produtividade. 3. Empresas - Financiamento. I. Bandeira-de-Mello. II. Dissertação (mestrado) - Escola de Administração de Empresas de São Paulo. III. Título.

CDU 336.77

AGRADECIMENTOS

Agradeço inicialmente ao professor Rodrigo Bandeira-de-Mello, pela orientação e pelo auxílio no meu desenvolvimento.

Ao professor Marco Carvalho Teixeira pelas contribuições na melhoria do trabalho.

A todos os professores que fizeram parte desta etapa e contribuíram para o desenvolvimento de minha formação. Foi uma rica experiência de crescimento e amadurecimento profissional e pessoal.

A todos os amigos de mestrado que compartilharam os sentimentos de alegrias, angústias e incertezas. Em especial, a Viviane Moura, Genésio Vasconcelos e Sandra Ochoa. Aos colegas de doutorado: Jefferson Lana, Shim Yong Ju e Gisele Walczak, que me auxiliaram na reta final com seus conhecimentos e experiências. Em especial à Marina Gama, que me auxiliou desde o início do mestrado, em momentos de alegrias e tensões, até a finalização da dissertação.

À minha família pelo carinho, compreensão e apoio incondicional.

Por fim, minha eterna gratidão ao meu amor, Sadao, pelo auxílio na formação, pelo incentivo e por realizar o árduo trabalho de revisão. Seu apoio foi essencial para que essa conquista acontecesse. Agradeço também a chegada de nossa filha, Isabela Yuki, que me fez ver o mundo sob outro prisma e me fez vivenciar sentimentos que sequer pude imaginar, a plenitude e a fusão da alma. Sua alegria, faz a vida valer a pena diariamente.

RESUMO

O objetivo deste trabalho foi investigar os determinantes do financiamento político em deputados federais. A partir da análise da carreira, da produtividade e da reputação dos deputados federais, buscou-se compreender possíveis critérios que indiquem, de um lado, o que as empresas têm levado em consideração na escolha dos parlamentares e, por outro lado, entender quais são os parlamentares que têm retribuído de maneira mais efetiva os investimentos recebidos de empresas e setores econômicos. A análise empírica foi dividida em três momentos: o primeiro verificou os cargos ocupados pelos deputados federais; o segundo investigou a produtividade; e o terceiro explorou a reputação do candidato. Em relação a carreira do deputado federal, o cargo legislativo mostrou-se significativo e um fator atrativo para as empresas financiadoras. Em relação à produtividade do parlamentar, a produtividade do deputado federal durante a 53^a legislatura mostrou-se importante para o financiamento político. Já a variável reputação, não demonstrou resultado significativo. A principal contribuição do estudo é o financiamento corporativo com análise na produtividade do parlamentar, ou seja, monitorando os projetos de lei e projetos de lei complementar que o candidato produz durante o exercício na legislatura. Essa pesquisa explorou uma parte inédita no campo da Estratégia Política e, além disso, alcançou êxito em demonstrar resultados que se mostraram significativos, abrindo espaço para pesquisas futuras que investiguem esse processo racional de financiamento político por empresas privadas.

Palavras-chave: Financiamento Político; Estratégia Política; Deputados Federais; Produtividade; Carreira; Reputação.

ABSTRACT

The objective of this study was to investigate the determinants of political funding in federal deputies. From the career analysis, productivity and reputation of deputies, we sought to understand possible criteria indicating, on the one hand, the companies have taken into consideration in the choice of parliamentarians and, on the other hand, understand what parliamentarians who have repaid more effectively received investment firms and economic sectors. The empirical analysis was divided into three stages: the first checked the positions held by deputies; the second investigated the productivity; and the third explored the candidate's reputation. Regarding the career of Congressman, the legislative position proved to be significant and an attractive factor for financing companies. Regarding the parliamentary productivity, productivity of Congressman during the 53rd legislature proved to be important for political financing. Since the variable reputation, showed no significant result. The main contribution of the study is the corporate financing analysis in parliamentary productivity, ie monitoring the bills and bills complement the candidate produces during exercise in the legislature. This research explored a unique part in the field of Policy Strategy and, in addition, has achieved success in demonstrating results were significant, paving the way for future research to investigate this rational process of political funding by private companies.

Keywords: Political Financing; Policy Strategy; Deputies; Productivity; Career; Reputation.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Relação dos partidos que receberam as maiores doações em 2010....	57
Tabela 2 - Relação dos cargos ocupados durante a carreira política até 2010.....	58
Tabela 3 - Relação de setores que financiaram a campanha em 2010.....	59
Tabela 4 - Estatística descritiva.....	61
Tabela 5 - Tabela de correlação das variáveis.....	62
Tabela 6 - Resultado das regressões com variável dependente financiamento político 2010.....	64
Tabela 7 - Resultado das regressões com variável dependente financiamento político 2010 (Teste 2).	67
Tabela 8 - Resultado das regressões com variável dependente variação da doação de 2006 para 2010.	71
Tabela 9 - Resultado das regressões com variável dependente variação da doação de 2006 para 2010 (Teste 2).....	73

LISTA DE QUADROS

Quadro 1.....	35
Quadro 2.....	38
Quadro 3.....	42
Quadro 4.....	57

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

APC - Atividade Política Corporativa

BNDES - Banco Nacional de Desenvolvimento

CPA - *Corporate Political Activity*

PL - Projeto de Lei

PLP - Projeto de Lei Complementar

PSDB - Partido da Social Democracia Brasileira

PT - Partido dos Trabalhadores

STF - Superior Tribunal Eleitoral

TRE - Tribunal Regional Eleitoral

TSE - Tribunal Superior Eleitoral

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	10
1.1 Tema e questão de pesquisa	10
1.2 Justificativa	15
1.3 Objetivos geral e específico	17
1.3.1 Objetivo geral	17
1.3.2 Objetivos específicos	18
2. REFERENCIAL TEÓRICO.....	19
2.1 Estratégia Política	19
2.2 Financiamento de Campanha Eleitoral pelo Setor Privado	23
2.2.1 Relação entre Financiamento de Campanha e Resultados Eleitorais	25
2.2.2 Benefícios para os Financiadores	28
2.2.3 Determinantes do Financiamento Político Corporativo	31
2.3 Estudos sobre Financiamento de Campanha no Brasil	33
3. METODOLOGIA.....	39
3.1 Amostra e Coleta	41
3.2- Variáveis	42
3.2.1 Variável Dependente	42
3.2.2 Variáveis Independentes	44
3.2.3 Variáveis Controle	54
3.3 Métodos Estatísticos	56
4. análises dos resultados.....	56
4.1 Estatística Descritiva	57
4.2 Análise e Discussão dos Resultados	63
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	75
5.1 Limitações do Estudo	77
5.2 Sugestões para estudos futuros	77
6. REFERÊNCIAS.....	78

1. INTRODUÇÃO

1.1 Tema e questão de pesquisa

O conceito de estratégia empresarial é um dos temas de pesquisa mais antigos no campo da Administração. No entanto, só após a II Guerra Mundial é que recebe mais atenção quando então surgiram as grandes empresas, gestão cada vez mais complexa, configurando-se num cenário de mercado mais competitivo e dinâmico.

Os estudos em gestão estratégica procuram entender os fatores que influenciam e determinam o desempenho superior das empresas. Na década de 1960, o foco primário das pesquisas em estratégia recaiu sobre as forças e fraquezas da empresa; na década de 1970 a relação do ambiente com a organização passou a receber maior atenção. A organização industrial foi a linha de pensamento predominante, nesta abordagem a principal unidade de análise é o setor industrial. No início da década de 1980, esta abordagem foi questionada, pois não conseguia explicar a diferença do desempenho superior de algumas empresas no mesmo setor. O pressuposto era de que a estrutura do setor que influenciava o desempenho da empresa. Na década de 1990, surgem as explicações teóricas com ênfase nas competências essenciais e internas de cada empresa. No Brasil, estudos mostraram que os efeitos da indústria e da firma correspondem a cerca de 2,1 a 7,1% e 43 a 54%, respectivamente, da variação total encontrada na performance das firmas (BANDEIRA-DE-MELLO e MARCON, 2004)

Até esse período, os estudos eram baseados em fatores presentes nos ambientes do mercado tais como, clientes, concorrentes e fornecedores. No entanto, uma outra linha de pesquisa, Economia Política, emerge para fornecer explicação complementar ao desempenho superior das firmas de um mesmo setor. Sua proposta baseia-se em estruturas não mercadológicas, tal como a parceria entre governo e instituições para atingir objetivos econômicos comuns. Dessa forma, as estratégias não mercadológicas começam a receber mais atenção entre os estudiosos como um meio de melhorar o desempenho e explicar a diferenças de desempenho no nível firma.

O ambiente de negócios possui componentes de mercado e não-mercado, e qualquer abordagem para a formulação da estratégia deve integrar tanto considerações comerciais quanto não comerciais (BARON, 1995). Segundo Baron (1995), o ambiente de negócios não mercadológico inclui as interações que são intermediadas pelo público, as partes interessadas, o governo, a mídia e as instituições públicas. Em outras palavras, representa as interações da empresa diferentes do mercado econômico.

Nesse sentido, vale considerar o que Ring (2007) argumentou sobre as estratégias de não-mercado: elas podem ser utilizadas para criar ou manter fonte de vantagem competitiva da firma ou para corroer as fontes de vantagens competitivas de seus concorrentes.

O estudo das ações das empresas na tentativa de influenciar as decisões de governo começou na década de 1960, em especial no campo da ciência política (OLSON, 1965). A partir dos anos 70, houve aumento da influência do governo nas decisões de negócios e foi dada maior atenção na literatura de gestão (GRIFFIN, FLEISHER, BRENNER & BODDEWYN, 2001a, 2001b). O campo que estuda o envolvimento das empresas no processo político, com o objetivo de influenciar políticas públicas é chamado *Corporate Political Activity* (CPA¹). As empresas estão expandindo seus esforços para influenciar as decisões de políticas públicas, pois as políticas governamentais têm efeitos significativos sobre seu ambiente competitivo (HILLMAN e HITT, 1999).

Como o desempenho da empresa depende de fatores intra-firmas (recursos organizacionais), fatores inter-firmas (condições do setor) e fatores inter-indústria (restrições e oportunidades Institucionais), a atividade de conexão política é uma variável que pode influenciar o desempenho das empresas. A política pública é um dos meios para moldar e controlar ambiente competitivo de uma empresa (BODDEWYN e BREWER, 1994; HILLMAN e KEIM, 1995). Dessa forma, as empresas que desejam influenciar seu ambiente competitivo, podem investir em agentes influenciadores da legislação.

Entre os enfoques de análise no campo da Estratégia, particularmente, os

¹ No Brasil é chamado de atividade de conexão política ou conexão política.

trabalhos sobre conexão política, se dedicam a analisar os dados sobre financiamento de campanha e o desempenho eleitoral dos candidatos (SYNDER, 1990; STRATMANN, 1995; GROSSMAN e HELPMAN, 1996; ANSOLABEHHERE *et. al.*, 2004; LI *et. al.*, 2008; DESAI, 2011).

Trabalhos prévios de destaque, tais como o Getz (1997), Lamberg *et. al.* (2004) e Hillman *et. al.* (2004), propõem modelos teóricos e componentes para a formulação da estratégia política porém, não comentam sobre os diferentes pesos e qualidades dos investimentos em políticos distintos.

Além disso, estudos sobre a doação de empresas, a atividade parlamentar e perfil do deputado concomitantemente, ainda não foi explorada no campo da Estratégia. Entende-se por perfil, características do candidato e sua importância em cargos na Câmara dos Deputados (líder partidário e presidente de comissões permanentes) e por atividade parlamentar, a produtividade do deputado federal no âmbito legislativo, ou seja, elaboração de projetos de lei e projetos de lei complementar que são colocados em pauta e, posteriormente, transformado em normas jurídicas.

Diante desse cenário, apresenta-se o seguinte questionamento: a produtividade do candidato eleito é afetada pelo financiamento privado? Sendo assim, o objetivo deste trabalho é investigar como cada político lida com os financiadores privados de sua campanha, analisar se o comportamento pré e o efeito pós-eleitoral do financiamento fornecido pelas empresas condiciona a atuação política dos candidatos eleitos. O comportamento pré-eleitoral é dada pela identificação de empresas que financiaram os deputados federais. O efeito pós-eleitoral será identificado por projetos de lei e projetos de lei complementar realizados pelos deputados federais que trabalharam durante a 53ª Legislatura. Dessa forma, será possível investigar como o político lida com os financiadores de sua campanha.

Diante desse contexto, busca-se contribuir com uma pesquisa complementar ao que já se publicou na literatura de estratégia política, em específico, propõe-se uma pesquisa que concentrará os esforços no sentido de se compreender possíveis fatores que influenciam a doação das empresas aos deputados federais brasileiros no momento que antecede uma eleição. Em outras palavras, a pesquisa questiona se o comportamento do parlamentar influencia positivamente as

doações recebidas. Uma parte significativa dos trabalhos referentes à linha da estratégia empresarial, tem privilegiado uma análise acerca das vantagens e resultados obtidos pelas empresas ao doarem significativa quantia ao parlamentar, mas, de forma geral, sem esclarecer, por exemplo, possíveis fatores que indiquem a eficiência dessas doações. Assim, a questão de pesquisa que norteia essa dissertação é a seguinte: quais são os fatores que influenciam o financiamento das empresas privadas brasileiras aos deputados federais? Ou seja, busca-se compreender possíveis critérios que indiquem, de um lado, o que as empresas têm levado em consideração na escolha dos deputados federais e, por outro lado, entender quais são os deputados federais que têm retribuído de maneira mais efetiva os investimentos recebidos de empresas e setores econômicos.

Como descrito adiante, a maior parte das doações de campanha tem origem em empresas. Em razão deste fato, sustenta-se neste trabalho a perspectiva de que o financiamento das campanhas pode interferir, não somente nos resultados das eleições (JACOBSON, 1978; SAMUELS, 2001a, 2002; PEREIRA e RENNÓ, 2007; FIGUEIREDO FILHO, 2009; PEIXOTO, 2010; SANTOS, 2011; SPECK e MANCUSO, 2013), mas possivelmente em processos legislativos dentro do Congresso que favoreçam os financiadores.

Segundo Boas *et. al.* (2013), numa análise realizada nas eleições na Câmara dos Deputados em 2006, concluíram que as empresas que contribuem com o partido que está no poder podem comprar políticas públicas. O investimento político de corporações trouxe retorno em políticas públicas, em média, um adicional de R\$ 138,601 a 346,267 em contratos do governo para cada doador, ou seja, 14 a 39 vezes da média de contribuição.

Como descrito na literatura, o poder político pode ser "comprado" por recursos econômicos; logo, os grupos mais ricos e que investem mais obtêm vantagens financeiras proporcionais. Apesar das possíveis vantagens obtidas pelos "compradores", cabe observar que nem sempre essas vantagens estão na direção das demandas da sociedade. Por exemplo: um grupo econômico relacionado ao agronegócio pode pleitear junto aos deputados federais que apoiou a aprovação de uma nova legislação que altera as áreas de proteção ambiental com o intuito de

ampliar as áreas agriculturáveis, pode prejudicar, em alguma medida, o equilíbrio ambiental local.

Nesse sentido, Hillman & Hitt (1999), Claessens *et. al.* (2008), Boas *et. al.* (2013) e Caprio, Faccio, e McConnell (2013) mostraram que as empresas podem obter vantagens econômico-financeiras por meio dos políticos aos quais estão conectados, avançado em suas agendas de negócio.

Portanto, acredita-se que os deputados atuem coerentemente em função dos apoios recebidos, monetários ou não, pois é um agente racional, ou seja, os deputados federais, provavelmente, devem retornar aos seus apoiadores vantagens que sejam compatíveis e proporcionais ao investimento recebido. Para ilustrar esse tipo de situação cita-se uma entrevista² concedida pelo Juiz de Direito Marlon Reis, relatou as histórias de mais de cem deputados que comentaram o esquema sobre dinheiro e votação.

Resumidamente, esse juiz concluiu que os deputados iniciam as campanhas políticas já endividados, as empresas emprestam ou antecipam dinheiro para obter contratos com o poder público. Conforme análise desse magistrado, os deputados retornam o investimento ao doador pelas funções que exercem nos parlamentos. Além disso, é preciso considerar o fato de que os deputados federais precisam de mais recursos financeiros para sua reeleição e, portanto, torna-se necessário, provavelmente, cultivar uma relação de interesses entre os políticos e as empresas doadoras.

Outra entrevista³ concedida pelo o ex-diretor de abastecimento da Petrobras, Paulo Roberto Costa, também afirmou que o financiamento, na realidade, são “empréstimos” e que o sistema de financiamento eleitoral registrado na Justiça Eleitoral do Brasil é uma falsidade. Em suas palavras:

² Entrevista concedida no dia 08 de julho de 2014, disponível no link: <http://globoTV.globo.com/rede-globo/fantastico/v/desonestidade-troca-de-favores-tramoiias-conheca-o-retrato-da-corrupcao-no-brasil/3402345/>

³ Entrevista concedida no dia 17 de março de 2015, disponível no link: <http://www1.folha.uol.com.br/poder/2015/03/1604354-doacao-oficial-e-balela-diz-paulo-roberto-costa.shtml>

“Esse negócio de doação oficial... A maior balela que tem no Brasil é a doação oficial, né. Agora há pouco saiu na imprensa várias vezes que o dono da UTC fez uma doação oficial de não sei quantos milhões para o PT. Pô, com o dinheiro daqui (da Petrobras). Não tem doação oficial, isso é balela”.

De fato, em alguns casos, as relações estabelecidas entre os deputados federais e as empresas pode ser negativo para a sociedade. Entretanto, é legítimo que os doadores privados busquem algum retorno direcionado aos seus negócios e isso, não necessariamente, pode ser compreendido como algo negativo ou condenável a priori.

Dentre as diferentes possibilidades de análise que indique a conexão política entre as empresas privadas e os deputados federais, optou-se por analisar algumas das principais atividades parlamentares, assim como o perfil desses políticos, por entender que tais fatores são os que indicam concretamente, a relação entre as empresas privadas, os setores econômicos e os deputados federais. Em outras palavras, considera-se que o vínculo entre deputado federal e empresa pode ser detectado por meio das atividades exercidas pelo parlamentar.

Nesse sentido, serão coletadas e analisadas as variáveis: (i) perfil do candidato (idade, profissão e partido), carreira política (tempo, atuação na política e relevâncias em cargos); (ii) atividade legislativa (neste trabalho também chamada de produtividade legislativa, são os projetos de lei e projetos de lei complementar e percentual de faltas em sessões plenárias) e, (iii) reputação do candidato (as ocorrências de inquérito e ações penais que constam no Supremo Tribunal Federal).

1.2 Justificativa

A pesquisa proposta se justifica pelo seguinte:

Esta dissertação tende a contribuir a partir de uma análise detalhada das doações realizadas aos deputados federais que se elegeram em 2006 e que posteriormente

se candidatarão novamente às eleições da próxima legislatura em 2010.

Além disso, busca-se apresentar uma abordagem complementar aos estudos que têm sido realizados na área de Estratégia, pois se utiliza de uma perspectiva analítica pouco explorada – o perfil dos deputados federais e suas atividades parlamentares.

Existe a possibilidade de que a pesquisa empreendida possa apontar às empresas privadas, ainda que inicialmente, possíveis critérios que indiquem como se investir num deputado federal a partir de critérios objetivos.

Do ponto de vista das empresas financiadoras, contribuições em campanhas são um tipo de investimento de alto risco e sem garantias de retorno, logo, a taxa de retorno exigida tende a ser maior do que para o investimento alternativo. Elas visam conseguir alguma vantagem em troca futura, caso o candidato financiado seja eleito. Então, buscou-se responder as seguintes perguntas: como as empresas escolhem e monitoram os parlamentares os quais irão investir? Existem elementos que indicam as escolhas dos deputados federais? Deputados com *expertise* nos processos legislativos possuem vantagens em implementar leis que favoreçam o setor ou a empresa financiadora?

Cabe observar que as empresas financiam seus candidatos, não porque “gostam” dele ou até mesmo porque tenham simpatia pelo partido ao qual pertence, mas, provavelmente, como resultado de uma escolha de um investimento, como qualquer outro. Assim sendo, parece razoável supor que exista um acompanhamento das atividades dos parlamentares, de tal forma a se verificar, em alguma medida, o nível de engajamento dos deputados federais com a agenda das empresas que financiaram suas campanhas.

Nesse sentido, infere-se que os candidatos com maior probabilidade de ganhar também têm uma maior probabilidade de ser capaz de pagar suas dívidas políticas aos seus financiadores. Esse relacionamento entre as empresas e os deputados federais parece indicar um processo de aprendizagem mútua, ou seja, em que ambos percebam, de maneira contínua, os fatores que aproximam as agendas das partes interessadas.

Assim, acredita-se que as empresas tenham e utilizem critério objetivos nas

escolhas e monitoramentos dos deputados federais. Nesse contexto, percebe-se que uma pesquisa que analise o financiamento, as atividades parlamentares e perfil do deputado concomitantemente, pode contribuir na melhor compreensão do fenômeno da conexão política entre empresas e políticos. A troca de favores pode funcionar da seguinte forma: a empresa financia a campanha do deputado federal, que consegue ser eleito. Assim, poderá apresentar projeto de lei ou projeto de lei complementar que beneficie a atividade dessa empresa.

Outro aspecto que deve ser destacado é que mesmo que ocorra a proibição do financiamento privado de campanha eleitoral, as ações e perfil do deputado ainda podem ser verificadas pela Câmara dos Deputados, o qual conforme a Lei de Acesso à Informação, Lei nº 12.527, sancionada pela Presidente da República em 18 de novembro de 2011, disponibiliza todas as informações produzidas ou detidas pelos Poderes da União, Estados, Distrito Federal e Municípios, ou seja, informações que essa dissertação busca analisar. Assim sendo, pretende-se acrescentar à literatura de estratégia política um novo prisma de análise para entender a conexão política entre empresas e governo.

1.3 Objetivos geral e específico

1.3.1 Objetivo geral

O objetivo desta pesquisa é analisar se o comportamento do financiamento político de empresas privadas aos deputados federais vincula-se ao perfil, à carreira política e à atividade parlamentar.

Para isso, serão considerados os deputados federais eleitos na 53ª Legislatura (2007-2010) e que se candidataram à reeleição para a 54ª Legislatura (2011-2014). Considera-se perfil do parlamentar a idade, a profissão e o partido ao qual pertence; carreira política, por sua vez, compreendida a partir do tempo dedicado e relevâncias dos cargos exercidos; e atividade legislativa considera-se a produtividade legislativa, ou seja, projetos de lei e projetos de lei complementar

realizadas, as faltas em sessões plenárias e, finalmente, a reputação do candidato, verificada pelas ocorrências em ações penais e inquéritos no Supremo Tribunal Federal.

1.3.2 Objetivos específicos

1. Analisar se a carreira de deputados federais que tentam a reeleição, estão positivamente correlacionadas com o financiamento de campanha de 2010;
2. Analisar se a produtividade legislativa (projetos de lei e projetos de lei complementar transformadas em normas jurídicas) realizadas pelos deputados federais estão positivamente correlacionadas com o financiamento de campanha de 2010;
3. Analisar se a boa reputação do deputado federal está positivamente correlacionadas com o financiamento de campanha de 2010
4. Analisar se a carreira de deputados federais que tentam a reeleição, estão positivamente correlacionadas com a variação do financiamento político de 2006 para 2010;
5. Analisar se a produtividade legislativa (projetos de lei e projetos de lei complementar transformadas em normas jurídicas) realizadas pelos deputados federais estão positivamente correlacionadas com a variação do financiamento político de 2006 para 2010;
3. Analisar se a boa reputação do deputado federal está positivamente correlacionadas com a variação do financiamento político de 2006 para 2010.

O trabalho está estruturado em seis partes, além desta introdução. Primeiramente, será abordado a teoria da Estratégia Política; em seguida, será exposto os estudos de Financiamento de Campanha Eleitoral pelo setor privado; na terceira parte é

apresentado os estudos sobre Financiamento de Campanha no Brasil; na quarta parte é apresentado a metodologia; posteriormente os resultados e análises e, por fim, a conclusão.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Estratégia Política

As doações empresariais são provenientes de um número limitado de empresas. Segundo o Instituto Ethos (2012), menos de 20 mil delas fizeram contribuições para as campanhas eleitorais no Brasil em 2010. Nas eleições municipais de 2008, foram aproximadamente 50 mil empresas. O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) registrou em 2009 a existência de 4,8 milhões de empresas no país. Portanto, as doadoras representam algo em torno de 1% do total (Instituto Ethos, 2012).

Há uma importante e crescente literatura sobre os benefícios para as empresas que apresentam conexão com políticos. O financiamento das campanhas políticas por parte das empresas diz respeito ao investimento econômico que renderá frutos por meio de favorecimentos pelos representantes eleitos. A Atividade Política Corporativa (APC) refere-se ao envolvimento das empresas no processo político, com o objetivo de influenciar e garantir processos que reflitam melhor os objetivos internos da organização, aumentar a rentabilidade das operações de negócio (LINDEQUE, 2007; LAMBERG, *et al.*, 2004; ANSOLABEHERE, *et al.*, 2004; BAYSINGER, 1984), produzam políticas públicas favoráveis à sobrevivência econômica da empresa e sucesso contínuo (KEIM e BAYSINGER, 1998), ou ainda, qualquer ação deliberada da firma com intenção de influenciar a política governamental ou processo (GETZ, 1997). Isto sugere que as contribuições ajudam a modelar a política numa base específica de firma (BODDEWYN e BREWER, 1994; HILLMAN e KEIM, 1995; HILLMAN, KEIM e SCHULER, 2004; CLAESSENS, 2007; FAN *et al.*, 2007 e CAPRIO *et al.*, 2013).

O estudo da ação política de negócios inicia-se na década de 1960 (SCHULER, 2002). O foco das pesquisas centrou-se na relação entre negócios e políticas públicas, com ênfase nos resultados de políticas e de distribuição de poder entre os diferentes grupos de interesse dentro das sociedades. Durante a década de 1970, a ação política das empresas expandiu e obteve novas formas nos Estados Unidos, por exemplo, por meio do *lobby* de comitês de ação política (PACs - *Political Action Committees*), e também recebeu mais atenção na literatura de gestão (Griffin *et. al.*, 2001a). A este campo de estudos denominou-se *Corporate Political Activity* (CPA). Neste momento, os estudiosos de gestão mudaram a perspectiva de análise das políticas governamentais para a empresa e sua gestão. Da mesma forma, em vez de se concentrar no comportamento corporativo adaptativo, os estudiosos começaram a considerar antecipação das empresas com comportamentos proativos no mercado político (PRESTON, 1986).

Inicialmente os estudos de CPA⁴ forneceram uma explicação para a literatura de gestão estratégica, que destacou a importância do ambiente de mercado para a sobrevivência de uma empresa (SCHULER, 2002). Atualmente, é amplamente aceito que a influência ao nível da empresa no processo de política pública é um dos meios para moldar e controlar ambiente competitivo de uma empresa (BODDEWYN e BREWER, 1994; HILLMAN e KEIM, 1995; HILLMAN, KEIM e SCHULER, 2004; CLAESSENS, 2007; FAN *et. al.*, 2007 e CAPRIO *et. al.*, 2013).

Parte das disciplinas de ciências políticas, economia política e sociologia também buscam explicar a conexão política da empresa. No entanto, a literatura sobre estratégias políticas, tem se concentrado nas relações entre empresas e governo, especialmente em estratégias políticas específicas da empresa, procurando explicar como as empresas desenvolvem mecanismos de acesso aos decisores políticos e influenciam o próprio processo político (SHAFFER, 1995; GETZ, 1997; HILLMAN, KEIM e SCHULER, 2004), tais como: por que a política do governo é importante para a lucratividade das empresas (KEIM e BAYSINGER, 1988; SCHULER, 1996; SHAFFER, 1995), quais são os objetivos da atividade política da firma (BAYSINGER, 1984), e quais os tipos de empresas tendem a se tornar

⁴ No Brasil, o *Corporate Political Activity* pode ser realizado por meio de conexões políticas (relacionamento ou laços de ligação entre empresa e governo). Também chamado de atividade de conexão política.

politicamente ativa (PITTMAN, 1976; ZARDKOOHI, 1985).

Conseguir vantagens competitivas por meio do uso de recursos políticos é uma importante estratégia não mercadológica na medida em que as empresas procuram se beneficiar de políticas cujos resultados refletem o objetivo interno da organização (BAYSINGER, 1984). Como as políticas governamentais têm efeitos significativos sobre o ambiente competitivo e são fontes de incertezas, pois muitas vezes controlam recursos críticos, aprovam projetos, interferem em operações comerciais, inflação, taxas de juros e moldam as oportunidades que as empresas podem desfrutar, muitas empresas estão expandindo seus esforços para afetar as decisões no âmbito governamental e das políticas públicas. Assim, quanto mais recursos são controlados e regulados pelo governo, mais incentivo a empresa tem de tornar-se politicamente ativa (LAMBERG *et. al*, 2004; BERGH e HOLBURN, 2007).

Nesse mesmo sentido, Hillman (1999), Fisman (2001) e Bandeira-de-Mello e Marcon (2005) entendem que há benefícios originados das conexões políticas. As empresas podem usar sua influência em políticas públicas para uma série de fins estratégicos: para reforçar suas posições econômicas, para impedir a capacidade de competir ou o progresso de seus concorrentes nacionais e estrangeiros, e exercer o seu direito de voz nos assuntos do governo (HILLMAN, 1999). Além disso, podem aumentar o tamanho do mercado global, ganhar uma vantagem relacionada com a concorrência no setor, reduzindo assim as ameaças de substitutos e de entrada; e aumentar seu poder de barganha em relação a fornecedores e clientes (HILLMAN, 1999).

Um extenso corpo de pesquisa sobre estratégia política encontrou resultados positivos para o desempenho da empresa. Por exemplo, Getz (2002) conclui que a conexão política resulta em menor dependência de ação do governo e reduz a incerteza ambiental. A pesquisa de Claessens *et. al.* (2008), concluiu que empresas brasileiras que contribuíram com financiamento de campanha para deputados federais eleitos, obtiveram melhores resultados nas ações quando comparados com empresas que não doaram. Além disso, as empresas que contribuíram também apresentaram acesso preferencial ao crédito. Ademais, Hillman (1999) constatou que as ligações com o governo, como ter um representante da empresa

acompanhando interesses políticos, afeta positivamente o valor da empresa. Outros estudos apontam benefícios da composição do *board* feita por membros do conselho com *background* em política (BERTRAND *et. al.*, 2004; FACCIO, 2006; GOLDMAN *et. al.*, 2009; CAMILO *et. al.*, 2012) e empresas politicamente conectadas recebem mais contratos do governo do que as não conectadas (TAHOUN, 2014).

Desai (2011), realizou uma pesquisa com mais de 8000 empresas em mais de 40 países em desenvolvimento e constatou que as empresas influentes têm acesso facilitado ao crédito, enfrentam menor elasticidade de procura, aproveitam tolerâncias regulatória, pagam subornos menores, e, geralmente, enfrentam menos obstáculos para fazer negócios do que as empresas menos influentes. Em troca, as empresas influentes fornecem aos políticos benefícios valiosos, como melhores empregos e receita.

Entretanto, uma outra corrente de pesquisa é cética sobre o impacto da estratégia política sobre o desempenho da empresa. Estudiosos destacam a incerteza do impacto imediato da estratégia política sobre os processos legislativos e seus consequentes retornos financeiros (BARON, 1995; GETZ, 1997). Outros estudos também argumentam que as contribuições políticas não entregam os benefícios esperados e representa impacto mínimo sobre a mudança na política pública (AGGARWAL *et. al.*, 2012; GORDON e HAFER, 2005). Newton & Uysal (2013) encontraram uma relação negativa entre as conexões políticas e o valor da empresa. Além disso, problemas de ação coletiva podem ocorrer (OLSON, 1965); ou seja, a indústria como um todo pode compartilhar os benefícios de lobby bem sucedido que uma única empresa investe para um regulamento favorável, sem incorrer no custo de *lobbying*.

Embora existam opiniões diferentes sobre a estratégia política, parece haver um consenso na literatura de que as decisões de estratégias políticas são significativas na formulação da estratégia geral da empresa. Os trabalhos de Baron (1995) e Hillman e Keim (1995), afirmam que as empresas tendem a ter estratégias políticas específicas de cada país, dependendo de suas oportunidades institucionais. Ou seja, as estratégias são adaptadas para as questões específicas, institucionais e interesses que prevalecem em um país. Além disso, a forma de

participação das empresas (em grupo ou individual), tamanho da empresa (maiores empresas são mais ativas), financiamento de campanhas e *lobbying* são consideradas táticas comuns utilizadas por grandes empresas.

2.2 Financiamento de Campanha Eleitoral pelo Setor Privado

Democracia sem eleições, não existe. Eleição sem campanha, também não. Campanha grátis, também não. Conclusão: se você prefere viver numa democracia a viver numa ditadura, precisa admitir que eleições custam dinheiro e que o financiamento eleitoral é necessário. (Bolívar Lamounier)

A literatura política mostra que as empresas privadas são as principais financiadoras de campanhas eleitorais no Brasil (SPECK e MANCUSO, 2011). O financiamento em campanhas é um exemplo de estratégia política no nível da firma que pode gerar vantagem competitiva para as empresas doadoras. O Instituto Ethos (2012, p. 20), apresentou algumas vantagens provenientes do financiamento privado:

- Financiamento privado de eleições permite que grupos de interesse com grande poder econômico tenham uma capacidade maior de influenciar o processo eleitoral, em comparação com a de outros grupos de interesse na sociedade.
- Quem representar interesses econômicos poderosos terá acesso a mais recursos do que os concorrentes que representarem grupos desfavorecidos.
- Muitos doadores privados, principalmente empresas, não são motivados pela identificação programática com o candidato, o partido e suas propostas. Para eles, o financiamento é um investimento econômico. Tais doadores esperam, no mínimo, ter acesso privilegiado aos representantes eleitos para poder influenciar decisões políticas ou, na pior das hipóteses, exigir intermediação de favores junto à administração pública.

Como as doações são feitas por um número limitado de empresas, o financiamento

das eleições separa um pequeno grupo de doadores mais expressivos da maioria das empresas que não financiam as eleições ou contribuem modestamente para as campanhas eleitorais. Desse modo, as estratégias políticas visam elevar os custos dos rivais, bloqueando o uso de recursos alternativos e criando oportunidade para uma empresa de capitalizar recursos.

O debate sobre financiamento de campanhas eleitorais abrange o tema sobre a interação entre interesses privados e decisões governamentais. O Estado se torna alvo dos interesses de diferentes grupos, na medida em que pode legalmente tributar cidadãos e empresas. Esse pressuposto nos conduz a duas teorias desenvolvidas por Stigler (1971): teoria da regulamentação e teoria da captura do poder público. A primeira diz que: “os principais objetivos da teoria econômica da regulação são explicar quem receberá os benefícios ou os custos da regulação, que forma ela tomará e os seus efeitos sobre a alocação de recursos” (STIGLER, 1971). Já a teoria da captura do poder político, considera que “poder coercitivo dos governos pode ser utilizado para dar benefício e vantagens para determinados indivíduos ou grupos, toda regulamentação econômica - expressão do poder estatal na esfera econômica - pode ser vista como um produto, cuja alocação pode ser governada pelas leis da oferta e da procura, ou seja, se o benefício for expressivo para certos indivíduos ou grupos, eles estariam dispostos a ‘adquirir’ os regulamentos que os favorecessem e mesmo a evitar ou impedir a aplicação de leis que os desfavorecessem” (STIGLER 1971, in Martin, 2003, p. 3). Dessa forma, as políticas econômicas como exemplo os impostos, os subsídios, os licenciamentos e as operações diretas do governo, tais como aquisições e concessões de crédito, estariam submetidas à possibilidade de captura parcial ou total.

Assim, o interesse do benefício entre governo e grupos se processa de forma mútua, ou seja, depende da ação conjunta tanto de membros do governo quanto empresas privadas. O político necessita de financiamento para sua campanha eleitoral e, desta forma, conquistar cargos e votos. Já as empresas necessitam de algum colaborador que esteja no governo e que tenha acesso aos recursos públicos e políticas favoráveis aos seus interesses. Tal demanda estimula a lógica de arrecadação monetária entre as empresas, os grupos de interesse e os políticos. Portanto, a ação conjunta no mercado político se daria pela comercialização da

legislação e regulação, demandada pelos grupos de interesse e ofertada pelos políticos.

Segundo Mancuso (2012), a literatura sobre o investimento eleitoral está organizada em torno de três discussões principais: (i) a relação entre investimentos e resultados eleitorais, (ii) a relação entre investimentos eleitorais e benefícios para os financiadores e (iii) os determinantes do investimento eleitoral. A seguir, serão discutidos as principais linhas.

2.2.1 Relação entre Financiamento de Campanha e Resultados Eleitorais

Mas, afinal, dinheiro compra decisões parlamentares? A resposta sobre quais são os efeitos das doações no produto parlamentar não é fácil de ser encontrada. A doação pode remeter à aspectos temporais prospectivos e retrospectivos operando simultaneamente.

Surge, então, a seguinte questão: como os gastos de campanha afetam a taxa de votos dos candidatos em eleições?

O trabalho de Chappel (1981), sobre o impacto do dinheiro em votos, descobre que as contribuições para campanha não afetam os votos no Congresso Americano. O autor conclui que a falta de constatação de efeitos significativos entre dinheiro e votos é a necessidade de obter melhores modelos para explicar as contribuições de campanha.

Samuels (2001a), realizou um trabalho sobre a dinâmica do financiamento de campanhas no Brasil nas eleições para a Câmara dos Deputados, em 1994 e 1998, e concluiu que o gasto em campanha melhora o desempenho eleitoral e a falta de verba limita a competitividade dos candidatos. Fortalecendo o trabalho de Samuels, Pereira e Rennó (2007), constataram que as despesas eleitorais têm impacto positivo e estatisticamente significativo nas chances de reeleição do candidato à Câmara dos Deputados, porém, é preciso levar em consideração as características das eleições presidenciais. Quando o presidente é candidato à reeleição, os deputados que o apoiaram se beneficiaram eleitoralmente, tendo

mais acesso a recursos. Assim como, estudos encontraram associação positiva e significativa entre gastos de campanha e votos nas eleições para a Câmara dos Deputados (MARCELINO, 2010; FIGUEIREDO FILHO, 2009; PEIXOTO, 2010 e SAMUELS, 2006), concluíram que quanto mais dinheiro for utilizado por um candidato, *ceteris paribus*, maior é o número de votos recebidos e assim, maior é a chance desse indivíduo ser eleito.

Santos (2009), analisou o financiamento da campanha eleitoral dos candidatos a deputado federal em 2002, e também afirmou que o financiamento é uma variável explicativa de grande importância para o sucesso de uma candidatura nas eleições para o cargo. No mesmo sentido, Peixoto (2010), pesquisou a relação entre dinheiro e eleições aos cargos de Deputado Federal e Estadual nas eleições de 2006 e constatou que a relação entre gastos de campanha e votos é elástica, ou seja, gastar mais significa ter mais votos. Quanto maior a competição eleitoral, maiores os gastos de campanha dos partidos e, conseqüentemente, maior a proporção de votos. Speck (2013), utilizou indicadores para medição do impacto de recursos financeiros da campanha nos resultados eleitorais referentes às eleições de 2010 para Deputado Federal e concluiu que quanto mais recursos disponíveis, maior a possibilidade de angariar votos individuais.

Outro aspecto sobre o valor das eleições é que a disputa por determinados cargos eletivos supõe gastos maiores. Samuels (2006) mostra, que candidatos a Governador gastam mais em campanhas do que candidatos ao Senado e que candidatos a Deputado Federal gastam mais do que candidatos a Deputado Estadual. Quanto maior a amplitude e visibilidade que os cargos possuem, maiores são os gastos com campanha. Estes dados também demonstram que a maior parte da contribuição do empresariado é proveniente de setores que dependem diretamente de contratos públicos (SAMUELS, 2006), como, por exemplo, o setor de construção civil.

A pesquisa de Snyder (1990), relacionou o equilíbrio entre três variáveis: o montante total das contribuições dos investidores que um candidato recebe, o valor monetário dos favores que ele prometeu e sua probabilidade de ganhar. Concluiu que a força dos partidos possui grande relevância nos votos recebidos e, além disso, os gastos de um candidato podem influenciar suas chances de ganhar,

também é provável que a quantidade de dinheiro que um candidato é capaz e disposto a levantar (e, portanto, gastar) depende das chances percebidas de ganhar.

Em muitos casos foram estudados os efeitos entre candidatos à reeleição (*incumbents*) e novos candidatos (desafiantes). Os resultados são nulos ou negativos para os primeiros, e positivos para os segundos. Este é o principal argumento de Gary Jacobson. Gary Jacobson (1978), estimou que não somente os gastos tinham impactos significativos sobre os resultados das urnas para a Câmara dos Deputados, como também descobriu que recursos de campanha atuam de maneira diferente entre os candidatos à reeleição e desafiantes. Esse é o Efeito Jacobson, o qual relata que os desafiantes são mais eficientes do que incumbentes.

Tanto o gasto de campanha dos desafiantes quanto o dos *incumbents* exerce um efeito positivo sobre a quantidade de votos recebidos e sofrem de retornos marginais decrescentes. No entanto, os candidatos desafiantes se beneficiam mais de cada unidade adicional de gasto em suas campanhas. A explicação é que o dinheiro investido permite a melhor divulgação do candidato, dando-lhe mais visibilidade.

Em contraste com o trabalho de Jacobson (1978), Levitt (1994) estudou as disputas do congresso americano e concluiu que, apesar de forte correlação entre votos e gastos eleitorais, os trabalhos sobre *incumbents* e desafiantes não levam em consideração os fatores específicos do distrito e a qualidade do candidato. Quando esses fatores são controlados, o impacto dos gastos de campanha sobre os resultados das eleições, independentemente do status incumbência, é pequeno, mas positivo. A conclusão é que o gasto de campanha exerce um pequeno impacto sobre os resultados eleitorais, independente do tipo de candidato.

2.2.2 Benefícios para os Financiadores

Alguns trabalhos estudam a relação entre investimentos eleitorais e benefícios para os financiadores. A questão central desse tipo de pesquisa é: Qual é a motivação das empresas ao doarem expressivo valor às campanhas?

Nessa linha de raciocínio parte-se do pressuposto que o poder político pode ser comprado pelo poder econômico, ou seja, os parlamentares formulam as políticas que eles acreditam que vai ganhar a maioria dos votos ou que agrade as empresas doadoras, assim como os empresários produzem quaisquer produtos que eles acreditam que irá ganhar o máximo de lucros.

Os investidores agem racionalmente vendo os parlamentares como qualquer outro investimento. Do ponto de vista do investidor, as contribuições em campanha pode ser um empreendimento de alto risco, pois o retorno esperado sob a forma de “favores específicos”, não é explícito. Além disso, o custo de oportunidade por um investimento alternativo está sendo perdido.

Faccio (2006), encontrou aumento superior a 2% no valor da empresa quando um diretor corporativo entra na política ou um político se junta ao conselho da empresa. Usando uma amostra de S&P 500 empresas, Goldman *et. al.* (2009), constataram que a nomeação de um membro do conselho politicamente conectado está associado a um retorno acionário positivo. Além disso, constataram que as empresas individuais ligados ao Partido Republicano, nos EUA, aumentaram seu valor após a vitória republicana nas eleições presidenciais de 2000. Myers (2005), realizou uma pesquisa entre 1979 e 2002 com níveis comparativos de gasto em atividades políticas após o controle do tamanho da empresa e da indústria. Concluiu que os retornos de empresas que são politicamente ativas são, normalmente, mais elevados do que aqueles que não o são; além disso, os níveis de exposição ao risco político dos investidores possui relação com o retorno (quanto maior o risco, maior o retorno).

O trabalho de Lazzarini, Musacchio, Bandeira de Mello & Marcon (2011) identificou que as empresas com maiores financiamentos em campanhas eleitorais, em 2002 e 2006, receberam mais investimentos de capital do BNDES.

Assim como Houston et. al. (2013), analisaram se as conexões políticas de empresas listadas na bolsa de valores dos Estados Unidos afetam o custo e os termos dos contratos de empréstimo. Utilizando empresas conectadas ao longo do período 2003-2008, verificaram que o custo dos empréstimos bancários é significativamente menor para as empresas que têm conselheiros com vínculos políticos. Além disso, Claessens et. al. (2007), concluíram que empresas brasileiras que fizeram contribuições para deputados federais eleitos obtiveram retornos acionários maiores (2,8 %) do que as empresas que não fizeram nas eleições de 1998 e 2002.

Em setores regulados, os agentes reguladores podem impor condições onerosas em processos de fusão, por exemplo, na taxa de consumo no setor de serviços públicos, impactando nos ganhos dos acionistas. Nesse caso, as empresas usam estratégias políticas para proteger rendas econômicas. Holburn & Bergh (2013), investigaram empiricamente se e como as empresas usam as contribuições de campanha eleitoral a políticos como forma de influenciar as aprovações regulatórias fusão. Descobriram que todos os serviços públicos de eletricidade entre 1998-2006, tiveram aumento em suas contribuições no ano anterior.

Num estudo longitudinal entre 1998 e 2009, apresentado por Camilo et. al. (2012b), sobre ações políticas na contratação de membros com *background* em política para compor a administração (diretoria e conselho) e atividades de *board interlocking*⁵. Os resultados apontam que a conectividade com o ambiente político importa em aumento de valor da firma e as firmas fazem uso mais intenso dessas ações em períodos de maior incerteza política. Como pressuposto, citam que os Conselheiros com experiência externa são integrados com a finalidade de cooptar ou parcialmente absorver importantes instituições influentes com as quais as firmas estabelecem relações de interdependência.

Nessa mesma direção, um estudo feito na Dinamarca sobre a rentabilidade das empresas que possuem laços familiares com políticos locais, resultou no aumento do desempenho das empresas conectadas politicamente quando o poder político é maior. Além disso, o efeito é maior nas indústrias que entregam bens e serviços

⁵ Compartilhamento de conselheiros por mais de uma empresa, Mizruchi (1996).

para o setor público (AMORE e BENNEDSEN, 2013). Filho (2009), realizou uma meta-análise, em 20 periódicos internacionais, para estimar o efeito do gasto de campanha sobre o desempenho eleitoral dos concorrentes ao cargo de deputado federal nas eleições brasileiras de 2006. O autor relata que 12 artigos chegaram à conclusão de que as contribuições de campanha exercem efeitos estatisticamente significativos sobre o comportamento congressual.

Apesar de pesquisas indicarem que as empresas recebem benefícios de políticos e, ao mesmo tempo, os políticos se beneficiam destas empresas, surge uma questão: Quem age primeiro, os doadores ou candidatos? Muitos trabalhos apresentam resultados controversos e, segundo Persson e Tabellini (2000) e Stratmann (1991), o problema nessa questão é a validade dos métodos usados para acessar e mensurar o impacto das doações, há endogeneidade na relação entre dinheiro e política. Torna-se difícil saber quem influencia quem.

Como o financiamento de campanha pode ser considerado uma estratégia de ação para obter vantagens, influenciando decisões governamentais, algumas correntes teóricas identificam o Estado como vítima da ação de empresas privadas interessadas em garantir seus interesses (*Rent Seeking*)⁶ (MCCHESENEY, 1997). A ideia de que os grupos de interesse podem se engajar em práticas maximizadoras via captura do Estado é um marco dentro da teoria da regulação (STIGLER, 1971). Já os políticos necessitam de votos e contribuições para campanha. McChesney (1997), demonstrou que o legislador pode impor custos que podem destruir rendas privadas (*Rent Extraction*), “o modelo de extração de renda é essencialmente um modelo de extorsão dos políticos”. O autor demonstrou que os interesses privados não pagam apenas por favores políticos, mas principalmente para evitar desfavores dessa natureza. A utilização do poder legal para obter apoios financeiros, pela expropriação de rendimentos, leva as empresas a contribuírem afim de evitar desfavores políticos. Samuels (2003, p. 1) afirma que “toda a teoria legislativa repousa no pressuposto de que os políticos são conduzidos pelo desejo de ganhar repetidas eleições.”

⁶ Conceito de *rent seeking* diz respeito à atividade de grupos de interesse que competem para obter benefícios (renda) das decisões governamentais (McChesney, 1997).

2.2.3 Determinantes do Financiamento Político Corporativo

Como qualquer outro investimento por parte das empresas, o investimento no político depende de seu retorno esperado sobre o investimento.

Considerando o investimento eleitoral como estratégia de ação da empresa, alguns trabalhos analisam a combinação de fatores individuais e outras variáveis, a fim de entender o que torna um candidato preferível ao outro ou quais as informações relevantes para aqueles que doam. A questão central dessas pesquisas é: Como as empresas escolhem o candidato que receberá a doação? Esses assuntos dizem respeito aos determinantes do investimento eleitoral.

Segundo Samuels (2001a), no Brasil o controle de toda a campanha está nas mãos do parlamentar individual, que avalia a quantidade de recursos necessários e depois acessa os doadores. Assim ocorre o vínculo entre candidato e empresa. Já as empresas e grupos de interesses se movem livremente em nosso sistema político, sem vínculos prévios, em um ambiente de frágeis identidades partidárias, estruturando suas escolhas a partir de traços dos parlamentares individualmente. Assim, características individuais dos candidatos, como traços de sua carreira, seus vínculos locais, teriam maior peso nas decisões dos doadores de campanha.

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

O trabalho de Grossman e Helpman (1996), sugerem que as contribuições fluem dos *lobbies* e grupos organizados para os candidatos porque aqueles são dependentes e precisam da proteção destes. A validação desse argumento, segundo eles, se deve ao fato dos doadores preferirem os candidatos à reeleição, pois são “investimentos” mais seguros.

Complementando o trabalho sobre reeleição, Nicolau (2006), afirma que o sucesso

de uma candidatura depende fundamentalmente da combinação de dois fatores: a performance individual e também o partido político. O primeiro fator envolve elementos individuais como a votação do candidato, recursos gastos na campanha e a competição política existente em sua base eleitoral. O segundo fator tem a ver com o partido ou coligação que precisa atingir o quociente eleitoral e, além disso, tem relação com a configuração dos votos entre as candidaturas concorrentes no partido ou coligação. Santos (2009), relacionou a variável desempenho eleitoral com a variável financiamento de campanha à candidatos a deputado federal em 2002, e encontrou existência de relação entre estas variáveis, porém, não foi possível estabelecer uma relação causal devido aos recursos estatísticos descritivos utilizados na pesquisa.

A filiação partidária pode diferenciar os desempenhos dos candidatos. A explicação é que o sistema eleitoral pode não dar incentivos para os eleitores escolherem e controlarem seus representantes, porém, os partidos afetam indiretamente as chances dos seus candidatos concedendo maiores ou menores recursos organizacionais (tempo de propaganda eleitoral e as estratégias de coligação) (PEIXOTO, 2012). Portanto, segundo o autor, a conclusão mais adequada é a de que pertencer a determinados partidos aumenta o desempenho eleitoral dos candidatos.

A pesquisa realizada por Borges (2012), sobre o financiamento de campanhas para deputados federais nas eleições de 2006, investigou os fatores que regem a escolha das empresas no financiamento de campanhas, analisou se a trajetória (exógenos à atividade parlamentar e executiva, que se caracteriza por vínculos com determinados grupos sociais) e experiência em cargos políticos anteriores, representaria vantagem na conquista de votos e dinheiro. Em resumo, o trabalho concluiu que existe uma relação positiva entre o montante de recursos doados e a trajetória e carreira.

Esterling (2007), realizou uma pesquisa entre grupos de interesse e legisladores com ênfase na análise de políticas. Utilizando dados da empresa Medicare, o autor demonstrou que os grupos tendem a contribuir com os membros que possuem maior capacidade de formulação de políticas. Além disso, esses membros tendem a atrair mais contribuições do que membros que não possuem conhecimento

especializado na formulação de políticas. Demonstra ainda, que as contribuições de campanha criam incentivos de longo prazo para os membros para aumentar as suas capacidades de análise, um tipo de subsídio que, melhora a capacidade de formulação de políticas e profissionalismo da legislatura, o que o autor denomina compra de *expertise*.

2.3 Estudos sobre Financiamento de Campanha no Brasil

As doações de empresas permaneceram proibidas até 1993, o *impeachment* do presidente Fernando Collor de Mello, em 1992, foi o marco que estabeleceu que as origens do financiamento privado deveriam ser explícitas tanto para os partidos quanto para os candidatos. O ex-presidente foi acusado de se beneficiar de um esquema de tráfico de influência e de irregularidades financeiras montado pelo tesoureiro de sua campanha. Após o escândalo, todos os candidatos foram obrigados a prestar contas das contribuições recebidas por pessoas físicas e jurídicas.

A partir de 1994, o Tribunal Superior Eleitoral (TSE), em conjunto com os Tribunais Regionais Eleitorais (TREs), passou a divulgar os dados das candidaturas para as eleições em todos os níveis da federação. Com a introdução do voto eletrônico em 1996, a criação de movimentos de combate à corrupção eleitoral e a Lei da Ficha Limpa, o processo eleitoral brasileiro obteve significativas melhoras nas últimas décadas. As informações obtidas pelo TSE são autodeclaradas, trazendo os dados de perfil dos candidatos e da contabilidade das campanhas. A qualidade destes dados tem melhorado ao longo desses anos; em 2006, com o escândalo do mensalão, a Justiça Eleitoral ampliou o controle e os mecanismos de cruzamento de dados com órgãos federais, obtido pela cooperação entre o TSE e a Receita Federal para cruzar as informações de financiamento de campanhas.

As leis 9.096/95, 9.504/97, 11.300/06 constituem o marco legal que regulamentam as eleições brasileiras. A lei 9.504/97, diz que as doações de pessoas físicas e jurídicas são limitadas pelo total de recursos auferidos pelo

doador no ano anterior. Para pessoas físicas, as doações são permitidas até 10% do valor bruto dos rendimentos declarados no imposto de renda (art. 23, 9.504/97). No caso das empresas, as doações são limitadas a 2% do faturamento (art. 81, 9.504/97). Essa disparidade na capacidade de doar entre os cidadãos e empresas fornece acesso privilegiado de determinados setores aos representantes políticos.

Muito se fala sobre as duas faces das contribuições a campanhas eleitorais e partidos políticos. Por um lado, ajudam a financiar o fortalecimento de organizações partidárias e a comunicação entre candidatos e eleitores, contribuindo com uma competição política ativa e saudável. Por outro lado, o financiamento de campanhas pode distorcer o processo eleitoral e também prejudicar a integridade dos futuros representantes políticos.

Mesmo com a introdução da Lei das eleições em 2006, com o propósito de reduzir os gastos com as campanhas (proibição de outdoors, “showmícios”, distribuição de brindes como camisetas e chaveiros, entre outras restrições), os gastos nas eleições de 2002, somaram R\$ 800 milhões. Em 2010, eles chegaram a R\$ 4,9 bilhões. Para eleger um deputado federal, gastou-se em 2010, em média, R\$ 1,1 milhão; um senador, R\$ 4,5 milhões; um governador, R\$ 23,1 milhões. O encarecimento das campanhas faz com que candidatos com poucos recursos tenham menos chances para se eleger. Em 2010 foram grandes empresas que bancaram 95% do custo das campanhas eleitorais. Apenas 4,9% das doações vieram de pessoas físicas, ao passo que em 2004 essa fatia era de 27%. Conforme a análise de Peixoto (2004), os custos das campanhas eleitorais estão diretamente relacionadas à competição eleitoral, ou seja, quanto maior a competição no Estado, maiores os gastos das campanhas.

No Brasil, as regras para as eleições legislativas aumentam o custo das eleições. Além do aumento da concorrência das 513 vagas aumentarem a cada legislatura, conforme dados obtidos na Câmara dos Deputados, 4.901, 5.272 e 6.015 candidatos (eleições 2002, 2006 e 2010, respectivamente), a Constituição Federal adotou o sistema proporcional de votos para eleger deputados e vereadores. Esse sistema almeja viabilizar a representação dos setores minoritários da sociedade nos parlamentos porém, é contestado por muitos estudiosos e eleitores, pois o

número de votos válidos a um candidato, é contabilizado pelo partido desse candidato e, além disso, o sistema faz com que em alguns lugares o voto de um cidadão chegue a valer mais de 20 vezes o de outro.

No sistema de eleições proporcionais não basta que o candidato seja o mais votado, é necessário que a legenda atinja o quociente eleitoral. É difícil compreender como um candidato que recebeu menos votos do que outro pode ocupar uma vaga no Congresso Nacional, porém, isso é possível com o quociente eleitoral. Ao votar em um nome ou em um partido, os votos são contabilizados numa lista única e as cadeiras obtidas pelos partidos (ou coligações) são ocupadas pelos candidatos mais votados de cada lista.

Conforme informação do TSE (<http://www.tse.jus.br>), o cálculo é feito da seguinte forma: o total de votos válidos do estado, dividido pelo total de vagas disponíveis. O resultado é o chamado “quociente eleitoral”, que é o número de votos necessários para uma vaga. Por exemplo, em São Paulo, onde há 70 vagas em disputa na Câmara dos Deputados os votos válidos, em 2010, totalizaram 21.317.327 e o número de vagas na Câmara dos Deputados é 70, o quociente eleitoral calculado foi de 304.533. Ou seja, essa foi a quantidade de votos necessária para eleger um candidato por uma legenda partidária.

Depois de definido o quociente eleitoral, o sistema proporcional prevê o cálculo do quociente partidário — aquele que definirá quantas vagas caberá a cada partido e/ou coligação. O quociente partidário resulta da divisão entre o número de votos válidos de uma mesma legenda partidária (partido ou coligação) — tanto os nominais dados aos candidatos daquela legenda quanto os propriamente de legenda — pelo quociente eleitoral anteriormente definido. Ao final da conta, fica definido o número de representantes que a legenda elegerá.

Nas eleições de 2010, com o quociente eleitoral para deputado federal em São Paulo de 304.533 votos, o candidato Tiririca (PR-SP) obteve 1.353.820 votos, em 2010, o suficiente para eleger mais três deputados do seu partido, não importando quão votados eles tenham sido.

O fato de o sistema de eleição proporcional de lista aberta vigente no Brasil induz o aumento dos gastos das campanhas eleitorais. Esse sistema tem como

consequência as disputas intrapartidárias e interpartidárias. Na interpartidária, é importante um grande número de votos ao seu partido/coligação, já na intrapartidária, o candidato deve estar bem posicionado dentro da lista partidária ou coligação para ser eleito. Como resultado, as candidaturas às eleições proporcionais tornam-se individuais: os candidatos aos cargos montam sua própria estrutura de campanha, administram e aplicam os recursos autonomamente, gerando maior necessidade de recursos, e não podem contar com as organizações partidárias para elegê-los.

Além do sistema, o tamanho dos distritos é grande, aumentando significativamente os custos logísticos de campanha. A possível transferência dos votos via coligação (SANTOS, 1999) gera ainda mais incentivos para o gasto dos candidatos, já que é possível que o partido em coligação não eleja nenhum representante pois não ultrapassa o quociente eleitoral, mas contribui para a eleição de representantes do partido coligado (NICOLAU, 2006).

No Brasil, as evidências de personalização das campanhas são fortes. O processo de votação atualmente em vigor no Brasil acaba por reforçar ao cidadão a ideia de uma disputa personalizada (CAREY e SHUGART, 1995; NICOLAU, 2002, 2006; SAMUELS, 2001, 2003; BORGES, 2012), o que contribui para o maior valor nas campanhas eleitorais. Fortalecendo a evidência acima, os candidatos com trajetória política em cargos de liderança (SANTOS, 2009) e experiência em cargos políticos anteriores (BORGES, 2012; SPECK e MANCUSO, 2013), tiveram uma média de financiamento muito maior do que outros candidatos. O financiamento de campanha pelas empresas tenderia a se concentrar nos candidatos que já tiveram mandatos anteriores, ocupando cargos importantes no processo decisório da Câmara dos Deputados (BORGES, 2012; NICOLAU, 2002). Os trabalhos de Samuels (2001, 2003, 2006) também sugerem que os cargos ocupados são fundamentais para compreender as carreiras dos políticos, as suas ambições e o modo como se relacionam com o ambiente externo.

Nesse mesmo sentido, os trabalhos de Pereira e Rennó (2003), Pereira e Rennó (2007) e Mancuso *et. al.* (2013), estudaram os determinantes das opções de carreira dos deputados federais. Pereira e Rennó (2003), estudaram os determinantes da reeleição de 1998 e 2002 para a Câmara dos Deputados e

chegaram à conclusão que o sucesso da opção estática (reeleição) foi devido aos fatores: maior execução das emendas parlamentares individuais; pertencimento a um partido da base presidencial no Congresso; menor número de migrações partidárias; melhor desempenho eleitoral em eleições anteriores e menor concentração geográfica dos votos. Nas eleições de 1998, os principais fatores que favoreceram a reeleição foram a ocupação de cargos na Mesa Diretora da Câmara e o maior investimento financeiro na campanha eleitoral. Já nas eleições de 2002, os principais fatores foram: o valor das emendas executadas na principal base eleitoral do candidato na eleição anterior, a ocupação de relatorias em comissões temáticas, menor magnitude do distrito eleitoral (mais assentos em disputa aumentam a competição e reduzem a chance de reeleição) e condição empresarial do candidato.

Complementando os estudos, Mancuso *et. al.* (2013) analisaram o efeito de diferentes variáveis sobre os padrões de carreira adotados pelos deputados federais paulistas. O artigo focaliza simultaneamente diversas opções de carreira (opções de saída, estática e executiva), ao passo que o estudo de Pereira e Rennó (2003) focaliza, especificamente, a opção estática. Mancuso *et. al.* (2013) concluíram que o acúmulo de capital político eleitoral favorece a reeleição. Em relação ao perfil da atuação partidária, concluiu que a mudança de partido desfavorece o êxito dos deputados que se candidatam à reeleição. Já o pertencimento do parlamentar à chapa eleitoral vitoriosa na disputa à Presidência não aumenta a chance de êxito na disputa pela reeleição.

Ampliando a linha de trabalho, Santos (2009) buscou analisar o volume de recursos doados pelas maiores empresas. Os principais doadores empresariais, de um modo geral, financiam candidatos que poderiam ser agrupados por características semelhantes entre si e categorizados por variáveis como filiação partidária e perfil político dos candidatos, envolvendo a trajetória política no que tange à importância do parlamentar no processo decisório.

No quadro a seguir, apresentam-se algumas tendências básicas das características dos doadores corporativos.

Quadro 1 – Tendências Básicas do Doador de Campanha Empresarial.

Maiores Doadores	X	Pequenos Doadores
(Maior Aporte Financeiro)		(Menor Aporte Financeiro)
Poucos Atores / Recursos Concentrados		Muitos Atores / Recursos Dispersos
Poucas Candidaturas		Muitas Candidaturas
Candidatos “Importantes”		Candidatos “Sem Experiência Política”

Fonte: Santos (2009)

Conforme o Quadro 1, as maiores empresas tendem a financiar com maior aporte financeiro poucas candidaturas. Diferentemente das empresas que doaram menos dinheiro nas campanhas, que tendem a ser mais dispersas em suas preferências, envolvendo mais doadores e também mais candidaturas.

Uma reportagem realizada pela Carta Capital (publicado 01/04/2015), demonstrou um estudo realizado por três universidades dos Estados Unidos, ‘*The Spoils of Victory*’, que examinou doações para candidatos do PT. A pesquisa concluiu que as empresas financiadoras dos candidatos a deputado federal do PT nas eleições de 2006 receberam entre 14 e 39 vezes o valor doado por meio de contratos com o poder público nos anos subsequentes. Os dados utilizados na pesquisa foram as doações oficiais para campanhas e os contratos obtidos pelas empresas nos anos seguintes.

Diante da literatura exposta, este trabalho busca compreender se o perfil e as atividades dos parlamentares influenciam as escolhas das empresas no momento da doação de campanha. É possível constatar alguma associação entre o montante empresarial doado, perfil do candidato e as atividades parlamentares? Para tais perguntas, este estudo propõe as seguintes hipóteses:

H1: A carreira do deputado federal está positivamente correlacionada com o financiamento político corporativo.

H2: A produtividade do deputado federal está positivamente correlacionada com o financiamento político corporativo.

H3: A boa reputação do deputado federal está positivamente correlacionada o financiamento político corporativo.

H1b: A carreira do deputado federal está positivamente correlacionada com um aumento do percentual de variação do financiamento político corporativo de 2006 para 2010.

H2b: A produtividade do deputado federal está positivamente correlacionada com um aumento do percentual de variação do financiamento político corporativo de 2006 para 2010.

H3b: A boa reputação do deputado federal está positivamente correlacionada com um aumento do percentual de variação do financiamento político corporativo de 2006 para 2010.

3. METODOLOGIA

Essencialmente o método do estudo apresentado é do tipo hipotético-dedutivo. Foca-se em uma lacuna pouco explorada. A atenção do estudo está voltada no monitoramento político, o qual consiste na identificação e sistematização do perfil e atividades do parlamentar. A fim de analisar se as doações das empresas privadas vinculam-se aos ao perfil e às atividades parlamentares, os candidatos foram monitorados durante a 53^a Legislatura (2007-2010). A investigação das ações do parlamentar é efetuada com o intuito de identificar a produtividade durante a Legislatura. O estudo foi delimitado ao período compreendido entre a 53^a e 54^a Legislatura, ou seja, 4 anos, pois o tempo é suficiente para que os projetos possam avançar em sua tramitação e também porque é o período de um mandato parlamentar.

Em relação a abordagem, será quantitativa em decorrência do tratamento estatístico para explicar a relação dos fenômenos, descritiva pelo fato de investigar o vínculo entre as variáveis e explicativas para a inferência dos resultados obtidos e para as generalizações necessárias (MARKONI e LAKATOS, 2003).

Referente aos procedimentos técnicos, a pesquisa será documental com dados secundários, coletados em fontes específicas, como explica o quadro 2:

Quadro 2 – Fontes para coleta de dados.

FONTE	DESCRIÇÃO
www2.camara.leg.br	Traz informações detalhadas dos parlamentares em exercício em cada momento de sua carreira política na Câmara dos Deputados e no Senado Federal.
www.excelencias.org.br	É um banco de dado que gera informações sobre os parlamentares em exercício na Câmara dos Deputados e no Senado Federal. Os dados são recolhidos das próprias Casas legislativas, dos Tribunais de Justiça, dos Tribunais de Contas, de cadastros mantidos por ministérios e de outras fontes públicas
www.tse.gov.br	O Tribunal Superior Eleitoral (TSE) - é órgão máximo da Justiça Eleitoral, exerce papel fundamental na construção e no exercício da democracia brasileira. Suas principais competências estão fixadas pela Constituição Federal e pelo Código Eleitoral (Lei nº 4.737, de 15.7.1965). O TSE tem ação conjunta com os tribunais regionais eleitorais (TREs), que são os responsáveis diretos pela administração do processo eleitoral nos estados e nos municípios.
www.stf.gov.br	O Supremo Tribunal Federal é o órgão de cúpula do Poder Judiciário. Entre suas principais atribuições está a de julgar a ação direta de inconstitucionalidade de lei ou ato normativo federal ou estadual. Na área penal, destaca-se a competência para julgar, nas infrações penais comuns, o Presidente da República, o Vice-Presidente, os membros do Congresso Nacional, seus próprios Ministros e o Procurador-Geral da República, entre outros.

A análise empírica foi dividida em quatro momentos: o primeiro lidou com a variável “pré-política” da ocupação dos candidatos e idade; o segundo investigou a importância dos cargos ocupados e seu tempo de carreira durante a vida política; o terceiro explorou as ações parlamentares (quantidade de projetos elaborados, faltas e reputação do candidato); e por fim, as doações recebidas pelo parlamentar na 53^a e 54^a Legislaturas, identificadas pelo percentual recebidos em cada setor.

A “variável dependente” são as receitas de campanhas, apresentadas nas prestações de contas, e as “variáveis independentes” foram retiradas de informações fornecidas pelos candidatos eleitos na Câmara dos Deputados. Todos os dados foram retirados de quatro sites: Portal da Câmara dos Deputados, Excelências, Tribunal Superior Eleitoral e Supremo Tribunal Federal (STF). Os

dados foram retirados da seguinte forma: 1. Os dados das receitas das candidaturas a Deputado Federal em 2006 e 2010, foram retiradas do Tribunal Superior Eleitoral. Foram utilizadas apenas doações de pessoas jurídicas; 2. Dados referentes ao perfil e carreira dos Deputados foram coletadas do Portal da Câmara dos Deputados e site Excelências; 3. Os dados sobre a produtividade legislativa foram retirados do site da Câmara dos Deputados e, por fim; 4. A reputação do candidato foi verificada pelas ocorrências em ações penais e petições, retiradas do site do Supremo Tribunal Federal.

O seguinte quadro orientará a análise:

Variáveis da pesquisa		
Variáveis dependentes	Variáveis independentes	Variáveis controle
(1) Valor dos recursos doados por pessoas jurídicas na 53 ^a legislatura (2) Variação da doação da 53 ^a e 54 ^a legislatura	Carreira do Candidato;	Estado, ano de nascimento, partido, posição e escolaridade
	Produtividade Legislativa; Faltas;	
	Reputação do Candidato	

3.1 Amostra e Coleta

Foram analisados os deputados federais que foram eleitos na 53^a Legislatura (2007-2010) e que se candidataram para a 54^a (2011-2014), independentemente do resultado (eleito, não eleito ou suplente). Em 2010, concorreram ao cargo de Deputado Federal 6.015 candidatos em todo o Brasil. Dentre os 513 Deputados da 53^a Legislatura, 364 candidatos tentaram a reeleição.

Candidatos eleitos na 53 ^a Legislatura	513
Total de candidatos que concorreram à 54 ^a Legislatura	6.015
Total de candidatos eleitos na 53 ^a e que concorreram à reeleição.	364

O recorte da análise recaiu sobre os candidatos que tentaram a reeleição por permitirem o levantamento de informação de suas carreiras e para verificar se ocorreram significativas mudanças no montante doado pelas empresas nas legislaturas.

A coleta dos dados foi feita por um por meio de um estudo longitudinal das mesmas unidades de pesquisa (deputados federais), abrangendo o período de toda a carreira do parlamentar. O ponto de partida foram os deputados eleitos em 2006 e que concorreram à reeleição em 2010. Cabe ressaltar que durante as legislaturas deste estudo, o mandato da presidência foi do Partido dos Trabalhadores (PT) e, por este motivo, a variável partido será utilizada como controle.

A seguir, serão apresentadas as variáveis trabalhadas neste estudo.

3.2- Variáveis

3.2.1 Variável Dependente

Financiamento político por empresas privadas.

Foram coletados o financiamento de pessoas jurídicas referentes à 53^a e 54^a Legislaturas do Tribunal Superior Eleitoral. Em seguida, foram classificadas pelo

setor de atuação e identificado o percentual de cada setor.

Analisou-se as contas prestadas pelos candidatos para a verificação dos seguintes preceitos: (i) qual o setor efetuou o maior percentual de doação; (ii) se realmente há conexão entre candidatos e o financiamento político por meio das PLs e PLPs; (iii) se o ritmo do financiamento político cresce para os candidatos que se destacam na carreira política.

De um modo geral, o pressuposto da pesquisa é que interesses corporativos viabilizam eleitoralmente a eleição de muitos parlamentares. Em outras palavras, a conexão política via financiamento de campanha pode influenciar a representação de interesses pelas aprovações ou formulações de políticas públicas.

A análise do volume de recursos movimentados permite traçar a atuação dos segmentos econômicos atuantes e, de um modo geral, analisar se os candidatos financiados podem ser agrupados por características semelhantes como, carreira política, importância política no processo legislativo, produtividade legislativa e reputação do candidato. Ou ainda, se os candidatos que mais receberam recursos poderiam ser agrupados por características como maior ou menor importância política, maior ou menor proximidade de interesses e histórico de boas votações (SANTOS, 2011).

As fontes de financiamento nas campanhas são provenientes de 5 categorias: (a) recursos que os próprios candidatos alocam para as suas campanhas (autofinanciamento); (b) doações de pessoas físicas; (c) pessoas jurídicas (d) partidos políticos (financiamento partidário). Além disso, os candidatos podem repassar recursos a outros candidatos, resultando nas (e) doações de candidatos/comitês (transferências) (SPECK, 2011).

Neste trabalho, foram analisadas apenas o financiamento político de pessoas jurídicas. Doações de Comitês, diretórios, fundos partidários e de pessoas físicas não foram analisadas na medida em que foge ao escopo do trabalho. Além disso, o financiamento político de empresas representam 3/4 dos recursos totais das campanhas eleitorais (SPECK, 2011).

O financiamento político realizado em 2010, foi operacionalizado como

Lndoa2010 e a variação da doação entre 2006 e 2010, operacionalizada como Lnvardo.

3.2.2 Variáveis Independentes

Nesta seção serão apresentadas as variáveis independentes (carreira parlamentar, produtividade parlamentar e reputação) e a razão por serem trabalhadas neste estudo.

O quadro abaixo orientará a análise:

Quadro 3 – Variáveis independentes e suas respectivas hipóteses.

Carreira Parlamentar	(i) Senador, Secretário Estadual, Secretário Municipal, Sec. do Governo, Governador, Vice-Governador, Dep. Federal, Dep. Estadual, Prefeito, Vice-Prefeito, Vereador	H1: A carreira do deputado federal está positivamente correlacionada com o financiamento político corporativo.
	(ii) Líder e Vice-líder de Partido	
	(iii) Presidente e Vice-presidente de Comissão Permanente	
Produtividade Parlamentar	(i) PL e PLP aprovadas durante 53ª legislatura	H2: A produtividade do deputado federal está positivamente correlacionada com o financiamento político corporativo.
	(ii) PL e PLP aprovadas durante a carreira	
	(iii) Ausências/Presenças	
Reputação	(i) Ação Penal	H3: A boa reputação do deputado federal está positivamente correlacionada com o financiamento político corporativo.
	(ii) Inquérito	

Fonte: elaborada pela autora.

3.2.3.1 Perfil e Carreira do candidato

Os dados referentes ao perfil e carreira do candidato foram retirados da Câmara dos Deputados. Foram investigadas as seguintes características:

- (i) Informações gerais: nascimento, partido, profissão e escolaridade;
- (ii) Cargos políticos anteriores divididos em: executivo (governador, secretário do governo, secretários do estado e prefeito) e legislativo (deputado federal, deputados estadual, senador e vereador);
- (iii) Importância política: (a) líder ou vice-líder Partidário, (b) presidente

ou vice-presidente em comissão permanente;

Parte-se do pressuposto de que as trajetórias dos políticos e a importância política seja um diferencial, tanto no processo eleitoral, quanto na produção de políticas. A carreira política torna-se importante pois, é possível atribuir pesos diferenciados aos cargos que os candidatos ocuparam. Neste contexto, as empresas financiadoras podem optar por aqueles que julgam ser mais importantes ou prestigiosos.

Sendo assim, a trajetória parlamentar pode ser vista como um fator determinante. Visto que, os candidatos reeleitos possuem *expertise* em temas e políticas dos processos legislativos. Portanto, a carreira dos parlamentares possuem aspectos atrativos e poder decisivo para os financiadores de campanha. Segundo Borges (2012) e Nicolau (2002), a representação ligada à experiência em cargos locais e executivos representaria uma vantagem importante na conquista de votos e dinheiro. Já Marcelino (2010), relata que a experiência no cargo é a principal variável explicativa das doações.

Além disso, Borges (2014) relata que a experiência em cargos anteriores é um aspecto que traz vantagens relativas à visibilidade do cargo, das redes estabelecidas nas atividades públicas e também em um possível conhecimento especializado na produção de políticas públicas. Desta forma, ter passagem por cargos públicos pode importar por três fatores: 1. A visibilidade que o cargo fornece ao candidato; 2. O contato com empresas prestadoras de serviços; 3. O conhecimento (*expertise*) na produção de políticas públicas (BORGES, 2014).

Complementando essa linha de raciocínio, Miguel (2003) relata que uma carreira “ideal” combina experiências nos poderes Executivo e Legislativo. No Executivo pois, confere maior notoriedade, já que é cargo “único”. O que significa disputar e ganhar uma eleição de alta visibilidade, seguida de um mandato também com grande publicidade potencial. Já o Poder Legislativo, permite a ampliação da carreira em seus diferentes níveis (local, estadual, nacional). Na medida em que o progresso na carreira depende tanto da popularidade ao cidadão-eleitor comum quanto do reconhecimento dos pares, que garante o apoio às candidaturas e as nomeações para os postos não-eletivos, a combinação de experiências gera as

carreiras melhor equilibradas.

Além da *expertise* e visibilidade, o processo de seleção dos candidatos é afetado pelo federalismo. Ou seja, a política local, prefeitos e governadores, são forças poderosas com significativa autonomia em relação ao governo federal. Desta forma, o controle exercido pelo governador de estado e pelos políticos locais sobre a ação dos legisladores federais é grande. Assim, é possível estabelecer uma correlação direta entre essa influência e a seleção dos candidatos ao Legislativo (LEONI *et al.*, 2003).

Por que alguns candidatos recebem maior doação do que outros? Existe um perfil de candidato que as empresas doadoras selecionam? As variáveis escolhidas serviram para investigar se há uma tendência maior de empresas financiarem candidatos, que já ocuparam posições de poder no Congresso. Esses deputados podem vir a contar com um financiamento eleitoral diferenciado do restante dos candidatos, já que poderia valer a pena financiar suas campanhas.

Assim, a hipótese a ser testada é que: quanto melhor a carreira parlamentar, ou seja, candidatos que ocuparam cargos anteriores (executivo ou legislativo), maior o valor do financiamento recebido quando comparado aos demais candidatos. Os cargos executivo e legislativo que os parlamentares possuíram durante sua carreira política serão operacionalizadas como ExecTotal e LegTotal.

Na seção subsequente, será analisado o financiamento de campanha de candidatos que exerceram cargos de importância no processo decisório, neste trabalho designado como variável importância política. O objetivo é descobrir se houve preferência no financiamento desses candidatos pelas empresas em comparação a candidatos que não possuem importância política.

3.2.3.2 Importância Política

A eleição é um importante processo que abre o acesso a diversos cargos de confiança na cúpula e no primeiro escalão dos poderes. Além disso, o peso eleitoral do político e a importância do seu partido no cenário local e nacional são fatores

que viabilizam o acesso a cargos ministeriais ou de secretários executivos dos ministérios (SANTOS, 2009).

Nesse trabalho, as ocupação de posições institucionais: (i) líder ou vice-líder partidário e (ii) presidente ou vice-presidente de comissões permanentes, foram categorizados como importância política. Parte-se da premissa que os parlamentares que possuem atuação na legislatura e tiveram poder de influência no processo decisório, receberam maior aporte no financeiro político do que outros parlamentares que não tiveram essa trajetória. Por possuírem influência nas agendas e processos decisórios, essas posições de poder foram operacionalizadas como Agenda53leg e AgendaTotal.

Assim, a hipótese que orienta a análise é que ocupar essas posições de poder favoreçam os candidatos. Espera-se que os deputados federais que destacam-se no exercício da função parlamentar possuam maior financiamento político.

3.2.3.3 Líder e Vice-líder Partidário

Durante o processo legislativo, quando as leis estão em tramitação no Congresso, os relatores são alvos privilegiados da ação política dos grupos industriais (SANTOS, 2009). Quando o projeto está em plenário, os representantes da indústria entram em contato com os líderes do governo e dos partidos (MANCUSO, 2004), o que demonstra a influência que o cargo possui. Além disso, Mancuso (2004), verificou que as lideranças partidárias são as mais procuradas pelo *lobby* empresarial no processo legislativo. Ademais, Santos (2009) relatou que 76,4% do total do financiamento empresarial destinaram-se a candidatos que já desempenharam papel de destaque no processo decisório.

Segundo as pesquisas dos autores Figueiredo e Limongi (1997) e Pereira e Mueller (2000), o poder dentro da instituição é concentrada nas mãos dos líderes de partidos e, portanto, os postos institucionais (líder, vice-líder etc.) são posições de poder. Sustentando essa posição de poder, Leoni *et.al.* (2003), mencionaram que, segundo as repostas de vários legisladores, as escolhas de comissões foram negociadas ou mesmo imposta pelos líderes dos partidos.

Conforme Santos (2009), os líderes partidários ocupam posições estratégicas no processo decisório legislativo. Eles são responsáveis pela condução das pautas e dos encaminhamentos dos projetos de lei na Câmara dos Deputados. Já os vice-líderes auxiliam os líderes participando das reuniões de coordenação de bancada, na organização dos trabalhos legislativos, ajudando na orientação da bancada e nos encaminhamentos nas comissões parlamentares (SANTOS, 2009).

A motivação e o interesse dos financiadores de campanha levariam em conta a trajetória anterior do parlamentar, bem como, a expectativa deste vir a se eleger, para poder influenciar o processo legislativo.

Sendo assim, a hipótese a ser testada é: ocupar cargos de liderança partidária favorece o financiamento político. Espera-se que a ocupação de cargos de liderança partidária aumente a visibilidade e a projeção política dos deputados.

3.2.3.4 Comissões Permanentes

A Constituição Federal de 1988, atribui a grupos de Deputados a deliberação sobre a matéria, retirando do Plenário a decisão final. Assim, os trabalhos legislativos no Brasil, não estão mais centralizados no Plenário, mas descentralizados nas Comissões, sendo a regra a tramitação (discussão e voto de projetos de lei) realizado nas Comissões (AMARAL, 2009).

Segundo esta autora, as Comissões atuam como um dispositivo de aprimoramento e peneiramento, os Presidentes das Comissões controlam o fluxo de legislação para o Plenário. Além disso, eles possuem poderes como: decidir quando e quais medidas pendentes devem ser consideradas, convocar reuniões e decidir quando realizarão audiências. Ademais, possuem o poder de acelerar as medidas às quais são favoráveis e de retardar ou engavetar aquelas que os desagradam (AMARAL, 2009).

Conforme afirma Rennó (2007) e Hall e Van Houweling (1995), o presidente de uma comissão permanente é uma indicação de poder intra-Câmara e leva o deputado a buscar a manutenção desse poder mediante a reeleição. Devido ao poder de influência das comissões permanentes, os presidentes e vice-presidentes

são consideradas como variáveis importantes como fator atrativo do financiamento político. Vale lembrar que Pereira e Mueller (2000), enfatizaram a existência de ganhos informacionais obtidos pelo plenário da Câmara (e pelo Executivo) quando as comissões são representativas das preferências do Executivo.

Como este cargo pode influenciar o processo legislativo, espera-se que aumente a visibilidade de quem o ocupa. Dessa forma, a hipótese que orienta a análise é: ocupar cargo de presidente ou vice-presidente, em comissão permanente, favorece o financiamento político.

3.2.3.5 Produtividade Legislativa

A fim de verificar se existe algum tipo de associação entre deputados e a variável dependente (financiamento político), foram contabilizados as quantidades de PLs e PLPs aprovadas pelos parlamentares. Neste trabalho, consideram-se produtividade legislativa os projetos de lei e projetos de lei complementares.

- (i) Produtividade legislativa: são os projetos de lei e projetos de lei complementar transformadas em normas jurídicas, ou seja, aprovados durante a carreira e a 53^a legislatura.

Tendo em vista o escopo do trabalho em identificar a conexão política porventura existente entre empresas privadas e governo – mais especialmente o Legislativo (a conexão entre deputados e atividades empresariais), segue uma breve apresentação sobre a função dos deputados federais, o processo legislativo e a justificativa para a delimitação da análise em projeto de lei (PL) e projeto de lei complementar (PLP).

O Brasil adota o sistema bicameral do tipo federativo, pois o Poder Legislativo é composto por dois órgãos distintos: a Câmara dos Deputados, composta por representantes do povo, e o Senado Federal, composto por representantes dos

Estados e do Distrito Federal.⁷

O Poder Legislativo tem a função típica de legislar, de elaborar normas dotadas de força jurídica que se denominam leis. Mas nem todos os atos produzidos pelo Legislativo são leis, pois este exerce, também, as funções atípicas de administrar e julgar. As duas principais funções dos deputados são legislar e fiscalizar. Entre outras funções, cabem a eles propor, discutir, alterar e aprovar leis (AMARAL, 2009).

As propostas são discutidas pelo Plenário ou pelas comissões e, para virar lei, devem ser aprovadas pelas duas Casas do Congresso (Senado Federal e Câmara dos Deputados). As propostas passam primeiro pelas comissões temáticas⁸ conforme o assunto (saúde, educação, segurança e etc.), após passar pelas comissões, o texto vai para o plenário e fica em condições de ser votado por todos os parlamentares. Propostas menos controversas podem ser aprovadas numa comissão e ir direto para o Senado, sem passar pelo plenário da Câmara. As propostas que recebem votação, seguem por dois caminhos: veto total ou parcial. No caso de veto total, a matéria está rejeitada, e o projeto de lei será arquivado. Tratando-se de veto parcial, o projeto de lei é promulgado e publicado em 48h (AMARAL, 2009).

No nível legislativo, são produzidas as leis complementares, as leis ordinárias, as leis delegadas, as medidas provisórias, os decretos legislativos e as resoluções de caráter legislativo. Todas essas são espécies de normas primárias – espécies normativas primárias. A Constituição Federal (CF) de 1988, em seu art. 59, dispõe sobre o processo legislativo brasileiro. Este compreende a elaboração de sete espécies normativas. São elas:

- **Leis ordinárias (CF, art. 59, III):** destinam-se a regular as matérias de competência da União (CF, art. 48 c/c os arts. 22 e 24) que não exijam lei complementar, com a sanção do Presidente da República. A proposição

⁷ Constituição Federal, arts. 44-46

⁸ Atualmente, há 20 Comissões Permanentes na Câmara dos Deputados (Regimento Interno da Câmara dos Deputados, art. 32) e 10 Comissões Permanentes no Senado Federal (Regimento Interno do Senado Federal, arts. 99 a 104).

legislativa respectiva denomina-se Projeto de lei (PL), prevista no art. 109, inciso I, do Regimento Interno da Câmara dos Deputados (RICD);

- **Leis complementares (CF, art. 59, II):** destinam-se a regular as matérias de competência da União que exijam lei complementar, com a sanção do Presidente da República. A proposição legislativa respectiva denomina-se Projeto de lei complementar (PLP), prevista no art. 109, inciso I, do RICD;
- **Emendas à Constituição (CF, art. 60):** pretendem a reforma da Constituição. A proposição legislativa respectiva é a proposta de emenda à Constituição (PEC), prevista nos arts. 201 e 202 do RICD;
- **Decretos legislativos:** destinam-se a regular as matérias de competência exclusiva do Congresso Nacional (CF, art. 49), sem a sanção do Presidente da República. A proposição legislativa respectiva é o projeto de decreto legislativo (PDC), previsto no art. 109, inciso II, do RICD;
- **Resoluções:** destinam-se a regular, com eficácia de lei ordinária, as matérias da competência privativa de cada Casa do CN (CF, arts. 51 e 52), de caráter político, processual, legislativo ou administrativo, ou quando deva a Casa respectiva pronunciar-se em casos concretos especificados em seu Regimento. A proposição legislativa é o projeto de Resolução (PRC), previsto no art. 109, inciso II do RICD.
- **Leis delegadas (CF, art. 68):** são elaboradas pelo Presidente da República, nos termos da delegação que for concedida pelo Congresso Nacional, por meio de resolução do CN (CF, art. 68). Não são utilizadas desde o Governo Collor.
- **Medidas Provisórias (CF, 62):** editadas pelo Presidente da República, com força de lei, em caso de relevância e urgência; têm origem italiana (art. 77, segunda parte da CF da Itália), e foram concebidas em função do regime parlamentar de governo, que não prevaleceu no texto constitucional. Não há previsão regimental sobre as medidas provisórias. A proposição legislativa é a MPV.

Dentre as proposições citadas acima, as leis delegadas e as medidas provisórias são elaboradas pelo Presidente da República e, em consequência, não podem ser apresentadas por parlamentares. Logo, a análise a ser feita para verificar eventual

conexão política apenas é possível acerca das emendas apresentadas pelos parlamentares às Medidas provisórias. No entanto, essa análise torna-se difícil em face da necessidade de se analisar o mérito de cada medida provisória e a alteração que o parlamentar pretende promover, motivo pelo qual não foi utilizado nesta pesquisa.

As resoluções destinam-se a regular as matérias da competência privativa da Câmara (organização, alteração do Regimento e etc.), e as chances de se encontrar alguma conexão com atividades empresariais é mínima, por se tratar de matéria *interna corporis*.

Os decretos legislativos destinam-se a regular matéria de competência exclusiva do Congresso Nacional, como tratados internacionais e outros. Os projetos de decreto legislativo apresentados por parlamentares são raros e destinam-se, na maioria das vezes, a sustar algum ato normativo do Poder Executivo (como decreto, por exemplo) que exorbite do poder regulamentar. Logo, as chances de se encontrar alguma conexão com atividades empresariais também são mínimas, em face da matéria tratada nesse tipo normativo.

As emendas à Constituição precisam ser apresentadas por 1/3 dos Deputados (171 deputados) e destinam-se a alterar a Constituição Federal. Como as matérias tratadas são relacionadas mais à estrutura fundamental do Estado, direitos individuais e sociais e etc. Haveria possibilidade de se encontrar alguma conexão, mesmo que sejam poucas as PECs apresentadas. Porém, devido à complexidade de tramitação no Congresso, esta medida não foi adotada neste estudo.

Por fim, os projetos de lei e os projetos de lei complementar são as proposições propriamente ditas, porque se destinam a regular todo tipo de matéria, com a ressalva de que os PLPs são apresentados apenas quando a Constituição exige que determinada matéria seja regulada por meio de PLP. Essas são as proposições que devem fazer parte desta pesquisa. São a maioria das proposições apresentadas e as chances de se encontrar conexão política são grandes.

Parlamentares com maior produtividade podem possuir *expertise* em temas e políticas dos processos legislativos. Assim, a hipótese que orienta a análise é: a produtividade do parlamentar favorece o financiamento político.

Essa variável foi mensurada pelas PL e PLP aprovadas durante a carreira e durante a 53ª legislatura; e operacionalizadas como Prod53leg (aprovadas durante a 53ª legislatura) e ProdTotal (aprovadas durante a carreira política).

3.3.3.6 Reputação

Esta seção busca responder a seguinte pergunta: Escândalos que envolvam o candidato financiado podem denegrir a imagem da empresa financiadora? Neste caso, o candidato e a empresa podem ser prejudicados pela associação do escândalo com suas imagens.

Para a empresa, a reputação é uma ferramenta competitiva essencial para, além de manter sua imagem positiva, manter sua marca lucrativa. Já o modelo de reputação política sugere que o político que ocupa um cargo público e pretende mantê-lo através da reeleição tem incentivos para se alinhar às preferências do eleitorado, em detrimento de suas próprias (NOVAES, 2007).

Assim sendo, a visibilidade é uma condição importante para o reconhecimento público. É possível dizer que a mídia também contribui para estruturar a carreira política (MIGUEL, 2003). Segundo o autor, a visibilidade alcançada pelos meios de comunicação de massa é importante tanto por angariar credibilidade diante dos chefes partidários, financiadores de campanha e outros operadores políticos quanto por facilitar a identificação dos eleitores.

Os escândalos políticos envolvendo práticas ilícitas podem afetar o financiamento de campanhas?

Para ilustrar um escândalo que ocorreu nas interfaces dos setores público e privado foi a Operação Lava Jato, caso de corrupção envolvendo a Petrobras, em março de 2014, que investigou um grande esquema de lavagem e desvio de dinheiro envolvendo a Petrobras, grandes empreiteiras do país e políticos. Algumas empresas citadas foram: Braskem, Odebrecht, Camargo Corrêa, OAS e outras 7 companhias. Este fato pode causar arranhões na imagem da empresa e afetar o financiamento dos envolvidos?

Outro exemplo ocorreu nas eleições nacionais de 2006, o escândalo do

“mensalão”. Uma crise deflagrada em 2005, por um dos participantes da coalizão do Governo Lula, deputado Roberto Jéferson (PTB), em que se revelou um grande esquema de pagamentos das contas de campanhas eleitorais dos Deputados. O mesmo esquema de pagamentos a Deputados também havia sido utilizado pelo PSDB em Minas Gerais.

Esses exemplos demonstram que é necessário considerar os impactos dos escândalos nos comportamentos tanto dos atores que angariaram recursos quanto dos atores que financiam as eleições. Parlamentares envolvidos em escândalos podem impactar negativamente o financiamento político.

Assim, a hipótese que orienta a análise é: a boa reputação do parlamentar pode influenciar positivamente o financiamento político.

Essa variável contabilizou todas as ações penais e inquéritos que constam no Supremo Tribunal Federal, e foi operacionalizada como RepTotal.

3.2.3 Variáveis Controle

(i) Partidos

O pertencimento a determinado partido pode influenciar o financiamento de campanha que compõem a base de apoio do governo no Congresso Nacional (SAMUELS, 2001; KHWAJA e MIAN, 2005; SPECK, 2011; BORGES, 2013) ou obter tratamento diferenciado pelos bancos governamentais (KHWAJA e MIAN, 2005). Além disso, Mancuso *et. al.* (2013), mostrou evidências de que a mudança de partido desfavorece o êxito dos deputados que se candidatam à reeleição.

No estudo de Pereira e Rennó (2007), em 1998, a proximidade com o Presidente teve impacto central no sucesso eleitoral de candidatos à reeleição. Quanto maior a execução orçamentária, bem como o fato de ser membro de um partido da base de sustentação do governo, tiveram impacto positivo e estatisticamente

significativo nas chances de vitória eleitoral do Deputado Federal candidato à reeleição. Já em 2002, nenhuma dessas variáveis foi estatisticamente significativa. Nesse contexto, o vínculo com o partido político será acrescentado como uma variável controle a partir do fato do candidato ter mudado ou não de partido ao longo de sua trajetória. Essa variável foi operacionalizada como mudou de partido. Também foram incluídos controles ligados ao pertencimento aos dois principais partidos do sistema político: PSDB e PT. Essa variável foi operacionalizada como Posição, identificou-se membros do PT e coalizão (PCB, PCdoB e PSB) de um lado e oposição do outro, classificação retirada do estudo de Coppedge (1997a).

(ii) Estados

Distritos muito grandes com um número grande de representantes fazem com que haja uma menor conexão entre os eleitores e os representantes, dificultando tanto a reeleição de parlamentares supostamente eficientes quanto a rejeição de legisladores aparentemente menos atuantes ou envolvidos em algum tipo de escândalo (REIS, 2010).

Além disso, quanto maior a bancada de um estado, maior é a concorrência no distrito pelas vagas. O que gera maior competição não só pelos votos, mas, também pelos recursos (MARCELINO, 2010). Para exemplificar esse argumento, pelo estado do Alagoas, que possui magnitude de 9 vagas na Câmara dos Deputados, 95 candidatos se apresentaram para estas vagas em 2006. Como resultado, a competição foi de 10,5 candidatos por vaga. Já o estado de São Paulo, que possui a maior magnitude do país - 70 cadeiras na Câmara, 1098 candidatos concorreram a estas vagas no mesmo ano, produzindo uma competição em torno de 15,7 candidatos por vaga.

Por esses motivos, os Estados foram utilizados como variáveis de controle e classificados por região do Brasil. Essa variável foi operacionalizada como região1 (Centro-Oeste), região2 (Nordeste), região3 (Norte) e região4 (Sudeste) e região5 (Sul).

(iii) IDADE

Parte-se da premissa que a idade pode afetar a experiência e a *expertise* em cargos de influência dentro do parlamento.

3.3 Métodos Estatísticos

Para a análise estatística, foi escolhida a denominada análise de regressão múltipla para examinar a relação entre a variável dependente (valor das doações recebidas em 2010 e variação da doação) e independente (perfil, carreira e reputação). Com a aplicação da regressão múltipla, busca-se prever as mudanças na variável dependente em conformidade com as alterações nas variáveis independentes (HAIR *et al.*, 2009). Em outras palavras, busca-se medir o grau de relacionamento entre a variável doação de campanha e um conjunto de outras doações que podem prever o volume do financiamento político.

4. ANÁLISES DOS RESULTADOS

Neste capítulo serão apresentados e analisados os resultados deste estudo. Assim, inicialmente, apresenta-se a estatística descritiva dos dados e, em seguida, os resultados obtidos nas regressões.

4.1 Estatística Descritiva

Nesta seção serão abordadas algumas características referentes aos candidatos e aos valores recebidos por esses políticos em 2010.

A média de doações recebidas foi de R\$ 508.391,80 com desvio padrão de R\$ 575.529,40. O maior valor recebido foi do candidato do PT, Arlindo Chinaglia Júnior, no estado de SP, com o valor de R\$ 2.869.650,00. Seguido pelo candidato Alfredo Kaefer (PR) e Walter Feldman (SP), ambos do PSDB, com valores R\$ 2.750.928,33 e R\$ 2.698.036,18, respectivamente.

No quadro a seguir, apresentam-se os partidos que receberam os maiores financiamentos em 2010. O valor total recebido no financiamento em 2010 foi de R\$ 184.546.215,95. Os 47 candidatos do PSDB receberam um total de R\$ 37.276.209,42; já os 53 candidatos do PT receberam um montante de R\$ 35.419.532,08. Seguidos pelos candidatos do PMDB e do DEM os quais receberam R\$ 25.578.004,77 e R\$ 21.759.118,46, respectivamente.

Tabela 1 - Relação dos partidos que receberam as maiores doações em 2010.

Partido	Número de candidatos	Valor	%
PSDB	47	37.276.209,42	20,20
PT	53	35.419.532,08	19,19
PMDB	64	25.578.004,77	13,86
DEM	33	21.759.118,46	11,79
PP	32	18.839.980,77	10,21
PDT	20	7.545.673,54	4,09
PSB	20	5.951.058,54	3,22

Fonte: A partir dos dados do TSE <http://www.tse.jus.br/eleicoes/eleicoes-antiores/eleicoes-2006/consulta-a-prestacao-de-contas-final-de-candidatos-e-comites-financeiros-eleicoes-2006> acesso em 26 de maio de 2015.

Nota: Dados trabalhados pelo autora.

A média de financiamento recebido pelos candidatos do PSDB foi de R\$ 793.110,84 e dos candidatos do PT foi de R\$ 668.293,06. Esses valores parecem demonstrar uma maior proximidade do PSDB com as empresas financiadoras de campanha. Outra análise recai sobre os valores médios recebidos pelos candidatos da situação (PT, PMDB, PP, PDT e PSB) R\$ 493.832,01 versus candidatos da oposição (PSDB e DEM) R\$ 686.457,30. Considerando que a situação possui 189

candidatos e a oposição 80 candidatos, os candidatos da situação receberam maior volume médio de financiamento.

Com referência à carreira política, todos os candidatos já ocuparam algum cargo político durante sua carreira. Dentre os 364 parlamentares analisados, 223 já exerceram o cargo de deputado federal, 133 ocuparam cadeiras como deputados estaduais e, finalmente, 111 elegeram-se como vereadores.

Tabela 2 - Relação dos cargos ocupados durante a carreira política até 2010.

Cargos ocupados anteriormente durante a carreira política	
Governador	2,48%
Vice-Governador	1,93%
Deputado Federal	61,43%
Deputado Estadual	36,64%
Vereador	30,58%
Prefeito	19,01%
Vice-Prefeito	6,61%
Secretário de Governo	1,10%
Secretário Estadual	4,13%
Secretário Municipal	1,65%

Fonte: A partir dos dados do TSE <http://www2.camara.leg.br/deputados/pesquisa> acesso em 02 de março 2015.

Nota: Dados trabalhados pelo autora.

A tabela 2 mostra que a maioria dos candidatos possuem experiência junto à cargos legislativos, no qual há produção de políticas públicas.

A Tabela 3 mostra o financiamento para a campanha a deputado federal em 2010 por setor econômico. Os setores da construção e comércio destinaram os maiores volumes financeiros em doações aos políticos analisados. Para efeitos desta pesquisa, foram classificadas como pertencentes ao setor do comércio todas as empresas que comercializaram produtos finais. Para classificar os setores econômicos foram analisadas os financiamentos e os respectivos CNPJs das empresas doadoras. Isso foi necessário, pois algumas empresas realizaram o financiamento por intermédio da filial comercial. Por exemplo, uma concessionária de veículos que realizou a doação foi considerada como pertencente ao setor comercial.

Tabela 3 - Relação de setores que financiaram a campanha em 2010.

SETOR	TOTAL	%
Aço e Siderurgia	R\$ 6.474.539,52	3,58
Açúcar	R\$ 7.991.435,61	4,42
Agroindústrias	R\$ 9.611.354,77	5,32
Bancos	R\$ 8.598.836,67	4,76
Comércio	R\$ 47.607.741,07	26,35
Construção	R\$ 50.919.397,32	28,18
Consultoria	R\$ 2.746.816,00	1,52
Indústria	R\$ 18.917.764,80	10,47
Metalurgia	R\$ 2.010,00	0
Papel e Celulose	R\$ 4.147.628,36	2,30
Química-Farmacêutica	R\$ 5.471.533,56	3,03
Saúde	R\$ 4.285.268,00	2,37
Tecnologia	R\$ 3.448.240,00	1,91
Transporte	R\$ 5.777.781,80	3,20
Outros	R\$ 4.680.243,22	2,59
	R\$ 180.680.590,70	

Fonte: A partir dos dados do TSE

<http://spce2010.tse.jus.br/spceweb.consulta.prestacaoconta2010/pesquisaCandidato.jsp#>, acesso em 04 de fevereiro de 2015.

Nota: Dados trabalhados pelo autora.

Após a análise da amostra e do financiamento político, apresenta-se no quadro 4 a definição das variáveis independentes e de controle para a melhor compreensão das regressões realizadas nos testes subsequentes.

Quadro 4 – Definição das variáveis

Variáveis	Definição	Dummy	Fonte
Variáveis Independentes			
1. ExecTotal (Executivo Total)	Cargos executivos ocupados durante a carreira (governador, secretário e prefeito)	Não	Câmara dos Deputados e www.excelências.org.br
2. LegTotal (Legislativo Total)	Cargos legislativos ocupados durante a carreira (deputado, senador e vereador)	Não	Câmara dos Deputados e www.excelências.org.br
3. Agenda63leg (Agenda 53ª Legislatura)	Se foi líder ou vice-líder de partido e presidente ou vice-presidente de comissão permanente durante 53ª legislatura	Sim Não=0, Sim=1	Câmara dos Deputados
4. Agenda Total (Agenda Total)	Número de vezes que foi líder ou vice-líder de partido e presidente ou vice-presidente de comissão permanente durante a carreira	Não	Câmara dos Deputados
5. Prod53Leg (Produtividade na 53ª Legislatura)	Projeto de lei (PL) e Projeto de lei complementar (PLP) aprovadas durante 53ª legislatura	Não	Câmara dos Deputados
6. ProdTotal (Produtividade Total)	PL e PLP aprovadas durante a carreira política	Não	Câmara dos Deputados
7. AUSÊNCIAS/PRESENCAS	Índice de ausência durante a 53ª legislatura	Não	Câmara dos Deputados
6. RepTotal (Reputação Total)	Ações penais e inquéritos que constam no STF.	Não	Supremo Tribunal Federal
Variáveis de Controle			
7. Ano de Nascimento	Ano em que nasceu	Não	Câmara dos Deputados
8. Ensino Superior	Possui ensino superior	Sim	Câmara dos Deputados

		Não=0, Sim=1	
9. Mudou de Partido	Se mudou de partido de 2006 para 2010	Sim Não=0, Sim=1	Câmara dos Deputados
10. Posição	Pertencente à coligação do PT	Sim Não=0, Sim=1	Coppedge, 1997a
11. Região	Região do Brasil	Não	Região 1: Centro-Oeste, Região 2: Nordeste, Região 3: Norte, Região 4: Sudeste e Região 5: Sul

Após a definição das variáveis, apresenta-se a estatística descritiva da pesquisa, como uma etapa anterior e necessária à análise dos resultados.

Na tabela 4 apresentam-se as médias, desvios padrões e valores mínimos e máximos das variáveis dependentes, independentes e de controle. Retirou-se da amostra dois *outliers*: um candidato que possuía 12 cargos executivos e um candidato que não informou as presenças na Câmara.

Tabela 4 - Estatística descritiva

Variable	Obs	Mean	Std. Dev.	Min	Max
Lndoa2010	362	11.12462	4.226451	0	14.8697
ExecTotal	362	.4861878	.8262168	0	4
LegTotal	362	4.472376	2.10146	1	14
Agenda53leg	362	1.18232	.9902109	0	5
AgendaTotal	362	3.096685	2.742714	0	15
Prod53Leg	362	.5801105	.9505455	0	5
ProdTotal	362	1.165746	1.742459	0	12
Ausnciaspr-s	360	.4182536	.5295094	0	4.818182
RepTotal	362	.820442	2.989978	0	33
Mudoudepar-o	362	.2099448	.4078326	0	1
Posicao	362	.2430939	.4295451	0	1
AnodeNasci~o	362	1955.356	10.94396	1923	1984
EnsinoSupe~r	362	.8232044	.3820236	0	1
regiao1	362	.0690608	.2539084	0	1
regiao2	362	.2790055	.449131	0	1
regiao3	362	.1325967	.3396077	0	1
regiao4	362	.3701657	.4835172	0	1

Tabela 5 - Tabela de correlação das variáveis.

	Lnd~2010	ExecTo~l	LegTotal	Agenda~g	Agenda~l	Prod53~g	ProdTo~l	Ausnci~s	RepTotal	Mudoud~o	Posicao
Lndoa2010	1.0000										
ExecTotal	-0.0114	1.0000									
LegTotal	0.0535	-0.0914	1.0000								
Agenda53leg	0.0487	-0.0553	-0.0465	1.0000							
AgendaTotal	0.0844	-0.1020	0.2585	0.6220	1.0000						
Prod53Leg	0.1975	-0.0218	0.0605	0.1317	0.1208	1.0000					
ProdTotal	0.1494	0.0177	0.2500	0.0508	0.2276	0.7128	1.0000				
Ausnciaspr~s	-0.0503	-0.0193	0.0209	-0.1030	0.0454	-0.1404	-0.1080	1.0000			
RepTotal	0.0292	0.0660	0.0735	-0.0621	0.0431	-0.0638	-0.0587	0.2052	1.0000		
Mudoudepar~o	-0.2766	-0.0181	-0.0574	-0.0834	-0.0312	-0.0142	-0.0376	0.0308	-0.0231	1.0000	
Posicao	0.0720	-0.1376	-0.0451	-0.0423	-0.0259	0.0443	0.0568	-0.0746	0.0417	-0.1105	1.0000
AnodeNasci~o	0.0558	-0.2029	-0.4150	0.0556	-0.1574	0.0488	-0.0854	0.0718	-0.0519	0.0345	0.1471
EnsinoSupe~r	0.0266	0.0641	0.0722	0.0963	0.0937	0.1081	0.1452	-0.2322	-0.1849	-0.0152	-0.0260
regiao1	0.0300	-0.0955	-0.0243	-0.0412	-0.0114	0.0056	-0.0203	-0.0294	0.0817	-0.0038	-0.0266
regiao2	-0.0887	0.0497	-0.0065	-0.0863	-0.0484	0.0034	-0.0170	0.0622	-0.0762	0.2409	0.0447
regiao3	-0.0627	-0.0442	-0.0366	-0.0336	-0.0611	-0.0934	-0.0990	-0.0106	0.0093	-0.0175	0.0267
regiao4	0.0480	-0.0175	0.0095	0.1146	0.0582	0.0496	0.0702	-0.0473	0.0162	-0.1499	-0.0320
	AnodeN~o	Ensino~r	regiao1	regiao2	regiao3	regiao4					
AnodeNasci~o	1.0000										
EnsinoSupe~r	-0.0942	1.0000									
regiao1	0.0158	0.0127	1.0000								
regiao2	0.0037	0.0260	-0.1682	1.0000							
regiao3	0.0401	-0.0741	-0.1071	-0.2416	1.0000						
regiao4	-0.0339	-0.0027	-0.2104	-0.4742	-0.3020	1.0000					

Os dados da tabela 5 apresentaram as correlações entre os pares de variáveis, ou seja, os coeficientes de correlação entre cada variável independente utilizada nesse estudo. Esses coeficientes sugerem que os modelos de regressão não serão distorcidos pela multicolinearidade.

O capítulo seguinte abordará a análise e discussão dos principais resultados encontrados nas regressões.

4.2 Análise e Discussão dos Resultados

Os resultados apresentados neste subcapítulo buscaram testar as hipóteses sugeridas no desenvolvimento teórico da dissertação. Primeiramente será apresentado o resultado das regressões com a variável dependente considerada neste estudo, ou seja, doação 2010 e, posteriormente, como variável dependente a variação da doação de 2006 para 2010.

4.2.1 Resultado das regressões para o financiamento de campanha recebida em 2010

A primeira hipótese trata da relação positiva entre as doações recebidas em 2010 e a carreira do parlamentar. A segunda hipótese versa sobre a relação positiva entre as doações recebidas em 2010 e a produtividade do parlamentar. Por fim, a terceira hipótese trata da relação positiva entre as doações recebidas em 2010 e a reputação positiva do parlamentar.

H1: A carreira do deputado federal está positivamente correlacionada com o financiamento político corporativo.

H2: A produtividade do deputado federal está positivamente correlacionada com o financiamento político corporativo.

H3: A boa reputação do deputado federal está positivamente correlacionada o

financiamento político corporativo.

Tabela 6 - Resultado das regressões com variável dependente financiamento político 2010.

VARIABLES	Modelo 1	Modelo 2	Modelo 3	Modelo 4	Modelo 5	Modelo 6	Modelo 7	Modelo 8
ExecTotal	0.0213 (0.251)	0.132 (0.252)					-0.0115 (0.247)	0.0888 (0.247)
LegTotal	0.0742 (0.143)	0.123 (0.144)					0.0465 (0.147)	0.0852 (0.147)
Agenda53leg	0.0493 (0.309)	-0.167 (0.308)					-0.0869 (0.312)	-0.298 (0.313)
AgendaTotal	0.115 (0.0961)	0.155 (0.0993)					0.107 (0.101)	0.161 (0.103)
Prod53Leg			0.802*** (0.234)	0.773*** (0.260)			0.869*** (0.259)	0.876*** (0.273)
ProdTotal			0.0412 (0.114)	0.0229 (0.130)			-0.0326 (0.134)	-0.0856 (0.143)
Ausnciaspresenas			-0.181 (0.542)	-0.143 (0.488)			-0.307 (0.533)	-0.327 (0.472)
RepTotal					0.0436 (0.0418)	0.0383 (0.0419)	0.0604 (0.0433)	0.0418 (0.0445)
Mudoudepartido		-2.771*** (0.713)		-2.737*** (0.701)		-2.799*** (0.711)		-2.757*** (0.703)
Posicao		0.435 (0.432)		0.281 (0.427)		0.417 (0.423)		0.244 (0.444)
AnodeNascimento		0.0447* (0.0227)		0.0216 (0.0222)		0.0274 (0.0214)		0.0373 (0.0229)
EnsinoSuperior		0.177 (0.565)		-0.00999 (0.575)		0.306 (0.584)		-0.000512 (0.572)
regiao1		-0.0656 (0.907)		-0.195 (0.947)		-0.225 (0.934)		-0.198 (0.934)
regiao2		-0.772 (0.631)		-0.794 (0.626)		-0.847 (0.638)		-0.724 (0.632)
regiao3		-1.232* (0.674)		-1.187* (0.692)		-1.373** (0.666)		-1.107 (0.693)
regiao4		-0.487 (0.600)		-0.612 (0.590)		-0.570 (0.588)		-0.537 (0.601)
Constant	10.37*** (0.760)	-76.21* (44.81)	10.72*** (0.365)	-30.43 (43.48)	11.09*** (0.228)	-41.65 (41.99)	10.33*** (0.762)	-61.57 (44.98)
Observations	362	362	360	360	362	362	360	360
R-squared	0.009	0.108	0.040	0.125	0.001	0.098	0.046	0.134

Robust standard errors in parentheses
 *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

Na tabela 6, apresentam-se oito modelos de regressões lineares múltiplas. Duas regressões para cada hipótese e as últimas (modelos 7 e 8), com todas as variáveis na mesma regressão. Os modelos 1, 3, 5 e 7, foram rodadas as variáveis independentes sem as variáveis controle. Já os modelos 2, 4, 6 e 8, foram adicionados as variáveis controle a fim de testar a robustez dos testes. Mesmo com uma pequena diminuição nos coeficientes, as variáveis permaneceram significativas.

Partindo do pressuposto que a carreira parlamentar traz diferencial para o financiamento político corporativo, a H1 testou a relação entre estas variáveis. Não foi possível constatar uma correlação significativa entre possuir cargos (executivos e legislativos) e o benefício para o financiamento político. Em contraste com os achados de Nicolau (2002) e Borges (2012), que mencionaram a experiência em cargos anteriores como fator vantajoso ao financiamento político, os resultados desse trabalho não indicaram aumento no financiamento político aos deputados federais em 2010.

Com relação aos cargos de liderança partidária e presidente de comissão permanente, também não observou-se resultado significativo. Diferentemente dos trabalhos de Mancuso *et. al.* (2013), Amaral (2009) e Santos (2009), os quais mencionaram que a maior visibilidade e poder no processo decisório traria benefícios aos parlamentares, esses diferenciais não trouxeram vantagens no financiamento político de 2010.

Em relação a H2, no qual a produtividade do parlamentar favorece o financiamento político corporativo, foi possível constatar uma relação positiva e significativa entre PL e PLP aprovada durante a 53^a legislatura e o financiamento (0.773, $p < 0.001$). Assim como demonstrou o trabalho de Esterling (2007), onde os grupos tendem a contribuir com os membros que possuem maior capacidade de formulação de políticas. Em função dos resultados alcançados nesta pesquisa, é possível afirmar que houve maior financiamento à parlamentares que aprovaram maior quantidade de projeto de lei e projeto de lei complementar durante a 53^a legislatura.

Em relação H3, que relacionou a boa reputação do candidato com o financiamento, não demonstrou resultado significativo. Nesse contexto, é importante mencionar que houve dificuldade na coleta de dados. O primeiro local que seria coletado (site Excelências) possuía o banco de dados incompleto, faltavam as informações de cerca de 80 candidatos. Foi solicitado a forma da coleta para que fosse replicado nos candidatos faltantes porém, a informação obtida foi que o processo era complexo demais para ser ensinado a outro pesquisador. No segundo local de coleta (do jornalista Fernando Rodrigues), também possuía o banco incompleto. Após algumas tentativas de contato, não se obteve resposta. Outro local

investigado foi o TRE de cada estado, entretanto, devido a diversas dificuldades para acessar o banco internamente (número do processo, número de protocolo, OAB, município de origem e etc.) não foi possível coletar a informação dos candidatos. Devido a importância dessa variável, ou seja, a imagem do candidato e a possível relação com financiamento político, optou-se pela coleta no site do STF, o qual possui informações de todos os candidatos acerca do número de ações penais e inquéritos que cada candidato possui.

Por fim, nos modelos 7 e 8, obteve-se resultado significativo e positivo para a variáveis independente: produtividade na 53^a legislatura; e significativo com correlação negativa para a variável controle: mudou de partido. Nesses modelos, inseriram-se todas as variáveis de estudo a fim de verificar a robustez dos testes realizados anteriormente. Nota-se que as variáveis permaneceram significativas dentro do modelo.

Em relação ao perfil da atuação partidária (variável mudou de partido), assim como os trabalhos de Pereira e Rennó (2003), Pereira e Rennó (2007) e Mancuso *et. al.* (2013), verificou-se que a mudança de partido desfavorece o êxito dos deputados que se candidatam à reeleição (-2.734, $p < 0.001$). Os candidatos que mudaram de partido receberam menor financiamento político em 2010.

Tabela 7 - Resultado das regressões com variável dependente financiamento político 2010 (Teste 2).

VARIABLES	Modelo 1	Modelo 2	Modelo 3	Modelo 4	Modelo 5	Modelo 6	Modelo 7	Modelo 8
ExecTotal	-0.315 (0.614)	-0.0942 (0.622)					-0.197 (0.612)	-0.0208 (0.610)
ExecTotal_2	0.157 (0.200)	0.102 (0.213)					0.115 (0.195)	0.0644 (0.199)
LegTotal	1.087*** (0.392)	1.048*** (0.382)					1.104*** (0.377)	1.043*** (0.374)
LegTotal_2	-0.0981*** (0.0351)	-0.0900** (0.0353)					-0.102*** (0.0335)	-0.0937*** (0.0343)
Agenda53leg	0.584 (0.616)	0.0926 (0.604)					0.625 (0.599)	0.189 (0.599)
Agenda53leg_2	-0.169 (0.182)	-0.0863 (0.162)					-0.205 (0.171)	-0.141 (0.155)
AgendaTotal	0.108 (0.230)	0.174 (0.233)					-0.00466 (0.248)	0.0995 (0.246)
AgendaTotal_2	0.00186 (0.0158)	-0.000872 (0.0162)					0.0107 (0.0164)	0.00573 (0.0166)
Prod53Leg			0.802*** (0.234)	0.773*** (0.260)			0.911*** (0.270)	0.919*** (0.278)
ProdTotal			0.0412 (0.114)	0.0229 (0.130)			-0.0306 (0.142)	-0.0831 (0.148)
Ausnciaspresenas			-0.181 (0.542)	-0.143 (0.488)			-0.0583 (0.568)	-0.132 (0.504)
RepTotal					-0.125 (0.206)	-0.0494 (0.217)	-0.172 (0.228)	-0.114 (0.238)
RepTotal_2					0.00675 (0.00681)	0.00349 (0.00712)	0.00846 (0.00752)	0.00559 (0.00780)
Mudoudepartido		-2.775*** (0.711)		-2.737*** (0.701)			-2.791*** (0.716)	-2.734*** (0.706)
Posicao		0.273 (0.439)		0.281 (0.427)			0.387 (0.420)	0.0492 (0.446)
AnodeNascimento		0.0416* (0.0231)		0.0216 (0.0222)			0.0269 (0.0214)	0.0310 (0.0230)
EnsinoSuperior		0.229 (0.566)		-0.00999 (0.575)			0.280 (0.586)	0.0227 (0.573)
regiao1		0.0259 (0.859)		-0.195 (0.947)			-0.246 (0.934)	-0.0584 (0.885)
regiao2		-0.500 (0.653)		-0.794 (0.626)			-0.875 (0.645)	-0.485 (0.658)
regiao3		-0.923 (0.696)		-1.187* (0.692)			-1.371** (0.670)	-0.751 (0.724)
regiao4		-0.235 (0.603)		-0.612 (0.590)			-0.609 (0.587)	-0.328 (0.602)
Constant	8.011*** (1.133)	-72.44 (45.65)	10.72*** (0.365)	-30.43 (43.48)	11.16*** (0.244)	-40.45 (42.09)	7.868*** (1.089)	-51.72 (45.35)
Observations	362	362	360	360	362	362	360	360
R-squared	0.042	0.132	0.040	0.125	0.003	0.098	0.084	0.162

Robust standard errors in parentheses

*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

Após a regressão múltipla linear, foi realizado um novo teste (teste 2). A tabela 7, apresentam-se oito modelos de regressões, com efeito não linear, nas hipóteses 1 e 3. Utilizando a variável dependente financiamento político recebido em 2010, os modelos 1, 3, 5 e 7, foram testados apenas com as variáveis independentes. Já os modelos 2, 4, 6 e 8, foram adicionados as variáveis controle a fim de testar a robustez dos testes.

Partindo do pressuposto que a carreira parlamentar traz diferencial para o financiamento político corporativo, a H1 testou a relação entre estas variáveis. Em contraste com o modelo da tabela 6, neste modelo foi possível constatar uma correlação positiva e significativa entre possuir cargos legislativos e o benefício para o financiamento político. Dados os resultados, se o candidato possuir um cargo legislativo a mais que seus concorrentes, seu financiamento político pode ser superior (1.048, $p < 0.001$). Além disso, passar por cargos legislativos aparentam impactar o financiamento político até um certo valor, após este valor, o efeito parece ser marginal.

Nesse contexto é válido retomar os resultados das pesquisas anteriores. A experiência em cargos anteriores é um aspecto que traz vantagens relativas à visibilidade do cargo (BORGES, 2014) e um possível conhecimento especializado na produção de políticas públicas (SPECK e MANCUSO, 2013; BORGES, 2014). Contudo, diferentemente dos trabalhos de Borges (2012) e Nicolau (2002), os quais relataram que a representação ligada à experiência em cargos executivos traria uma vantagem importante na conquista de votos e dinheiro, os cargos executivos não demonstraram correlação significativa.

Com relação à variável Agenda (53leg e Total), buscou-se uma correlação positiva entre ocupar cargos de liderança partidária e presidente de comissão permanente. Entretanto, não houve correlação entre essa variável e o financiamento político em 2010. Assim como Mancuso *et. al.* (2013) mencionou, esperava-se que a ocupação de cargos de liderança partidária incrementasse a visibilidade e a projeção política favorecendo assim o financiamento político. Além disso, ainda que os líderes partidários ocupem posições estratégicas no processo decisório legislativo (AMARAL, 2009; SANTOS, 2009), não foi possível observar um diferencial significativo neste trabalho. Diferentemente do achado por Santos (2009), onde os candidatos com trajetória política com cargos de liderança tiveram uma média de financiamento muito maior do que outros candidatos. Entretanto, o autor complementa que o fato de ser líder partidário, por si só, não credencia o candidato a receber maiores doações de campanha.

Em relação a H2, no qual a produtividade do parlamentar favorece o financiamento político corporativo, foi possível constatar uma relação positiva e

significativa entre PL e PLP aprovada durante a 53^a legislatura e o financiamento (0.773, $p < 0.001$). Essa variável foi suportada pelos modelos da tabela 6 e 7.

Nesse contexto vale retomar a ideia de Hillman e Hitt (1999), que classificaram o relacionamento institucional das estratégias políticas em transacional e relacional. O relacionamento transacional acontece quando uma estratégia é formulada em resposta a uma questão política específica e tem um período de duração relativamente curto. O relacionamento relacional é de longo prazo, com o objetivo de gerar um relacionamento mais duradouro com as instituições e abrangem várias questões simultaneamente, de tal forma que os contatos e recursos desenvolvidos possam ser usados assim que novas questões aparecerem. Dados os resultados da tabela 6 e 7, o financiamento político das empresas à deputados federais parece estar relacionado a uma estratégia de longo prazo.

Em relação H3, que relacionou a boa reputação do candidato com o financiamento, não demonstrou resultado significativo. Vale lembrar, que a dificuldade na coleta dos dados pode ter impactado nessa relação. Como no Brasil há vários casos de corrupção, esta variável parece ser de grande importância na imagem do candidato e, conseqüentemente, no financiamento político recebido.

Por fim, nos modelos 7 e 8, foram obtidos resultados significantes e positivos para as variáveis independentes: cargo legislativo e produtividade na 53^a legislatura, e significativa com correlação negativa para a variável controle: mudou de partido. Nesses modelos, inseriram-se todas as variáveis de estudo a fim de verificar a robustez dos testes realizados anteriormente. Nota-se que as variáveis permaneceram significativas dentro do modelo.

Em relação ao perfil da atuação partidária (variável mudou de partido), assim como os trabalhos de Pereira e Rennó (2003), Pereira e Rennó (2007) e Mancuso *et. al.* (2013), verificou-se que a mudança de partido desfavorece o êxito dos deputados que se candidatam à reeleição (-2.734, $p < 0.001$). Além disso, alguns estudos afirmaram que o sucesso de uma candidatura depende fundamentalmente da combinação de dois fatores: o capital político (NICOLAU, 2006, SANTOS, 2009; SPECK e MANCUSO, 2011; MANCUSO *et. al.*, 2013), e o partido (PEREIRA e RENNÓ, 2003; NICOLAU, 2006; PEREIRA E RENNO, 2007; PEIXOTO, 2012). As empresas que decidem financiar o deputado federal, devem

levar em conta a carreira e o partido ao qual ele pertence.

4.2.2 Resultado das regressões para variação da doação de 2006 para 2010

Esse capítulo mostrará os resultados das regressões para a variação da doação de 2006 para 2010. Para tal, foram testadas as hipóteses:

H1b: A carreira do deputado federal está positivamente correlacionada com um aumento do percentual de variação do financiamento político corporativo de 2006 para 2010.

H2b: A produtividade do deputado federal está positivamente correlacionada com um aumento do percentual de variação do financiamento político corporativo de 2006 para 2010.

H3b: A boa reputação do deputado federal está positivamente correlacionada com um aumento do percentual de variação do financiamento político corporativo de 2006 para 2010.

Tabela 8 - Resultado das regressões com variável dependente variação do financiamento político de 2006 para 2010.

VARIABLES	Modelo 1	Modelo 2	Modelo 3	Modelo 4	Modelo 5	Modelo 6	Modelo 7	Modelo 8
ExecTotal	-0.0364*	-0.0293					-0.0373*	-0.0320
	(0.0217)	(0.0233)					(0.0218)	(0.0232)
LegTotal	0.0166	0.0194					0.0174	0.0193
	(0.0129)	(0.0133)					(0.0134)	(0.0138)
Agenda53leg	-0.00472	-0.00945					-0.0143	-0.0192
	(0.0263)	(0.0255)					(0.0274)	(0.0265)
AgendaTotal	-0.00427	-0.00234					-0.00259	-0.000241
	(0.00872)	(0.00868)					(0.00912)	(0.00905)
Prod53Leg			0.0292	0.0298			0.0381*	0.0386
			(0.0194)	(0.0228)			(0.0212)	(0.0234)
ProdTotal			-0.00904	-0.0101			-0.0161*	-0.0181*
			(0.00794)	(0.00940)			(0.00939)	(0.0101)
Ausnciaspresenas			-0.00649	-0.0104			-0.0146	-0.0210
			(0.0267)	(0.0307)			(0.0270)	(0.0318)
RepTotal					0.00254	0.00162	0.00269	0.00198
					(0.00340)	(0.00378)	(0.00333)	(0.00407)
Mudoudepartido		-0.115*		-0.107*		-0.114*		-0.109*
		(0.0618)		(0.0628)		(0.0625)		(0.0623)
Posicao		0.0711*		0.0752*		0.0803*		0.0641
		(0.0421)		(0.0427)		(0.0418)		(0.0437)
AnodeNascimento		0.00173		6.93e-05		0.000606		0.00123
		(0.00213)		(0.00202)		(0.00193)		(0.00216)
EnsinoSuperior		-0.0375		-0.0442		-0.0379		-0.0374
		(0.0508)		(0.0536)		(0.0518)		(0.0536)
regiao1		-0.0760		-0.0713		-0.0692		-0.0861
		(0.0840)		(0.0867)		(0.0857)		(0.0860)
regiao2		0.0108		0.0157		0.0118		0.0155
		(0.0595)		(0.0604)		(0.0605)		(0.0602)
regiao3		-0.0307		-0.0272		-0.0285		-0.0319
		(0.0758)		(0.0772)		(0.0753)		(0.0777)
regiao4		-0.0278		-0.0301		-0.0284		-0.0292
		(0.0522)		(0.0530)		(0.0517)		(0.0534)
Constant	-0.0153	-3.359	0.0212	-0.0563	0.0205	-1.112	-0.00884	-2.370
	(0.0675)	(4.207)	(0.0276)	(3.950)	(0.0193)	(3.779)	(0.0708)	(4.245)
Observations	362	362	360	360	362	362	360	360
R-squared	0.018	0.051	0.003	0.033	0.000	0.033	0.024	0.054
Robust standard errors in parentheses								
*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1								

Na tabela 8, apresentam-se os modelos de 8 regressões. Foi utilizado o mesmo modelo do capítulo anterior, a única diferença é a variável dependente, aqui representada pela variação da doação de 2006 para 2010.

A hipótese 1, a qual testou a relação entre a carreira parlamentar e um aumento na variação do financiamento político entre 2006 e 2010, não demonstrou resultado significativo.

A hipótese 2, testou se a produtividade do parlamentar favorece o aumento na variação do financiamento político de 2006 para 2010. Encontrou-se resultado

significativo com correlação negativa para a produtividade total do parlamentar (-0,018, $p < 0,1$). Uma possível explicação para esta variação negativa pode ser pela maior racionalidade do financiamento político ao longo do tempo realizado pelas empresas. Ou seja, antes as empresas poderiam fazer o financiamento por razões não racionais, como exemplo laços de amizade e, atualmente, o fazem exatamente para saber qual o retorno que o financiamento pode proporcionar. Outra possível explicação para o resultado, é o melhor acesso às informações da atuação dos deputados federais, atualmente os são dados disponíveis eletronicamente, o que possibilita o acesso aos trabalhos ou monitoramento dos parlamentares.

Em relação a hipótese 3, que relacionou a boa reputação do candidato com o aumento na variação do financiamento de 2006 para 2010, não demonstrou resultado significativo.

A variável controle, mudou de partido, demonstrou ser significativa com correlação negativa (-0,109 $p < 0,1$). Ou seja, parlamentares que mudaram de partido apresentaram menor aumento na variação do financiamento de 2006 para 2010. Como demonstram os trabalhos de Pereira e Rennó (2003), Pereira e Rennó (2007) e Mancuso *et. al.* (2013), os quais verificaram que a mudança de partido desfavorece o êxito dos deputados que se candidatam à reeleição

Com o propósito de entender a relação das variáveis, foi testado o modelo com efeito não linear para as mesmas hipóteses desse subcapítulo.

Tabela 9 - Resultado das regressões com variável dependente variação do financiamento político de 2006 para 2010 (Teste 2).

VARIABLES	Modelo 1	Modelo 2	Modelo 3	Modelo 4	Modelo 5	Modelo 6	Modelo 7	Modelo 8
ExecTotal	-0.0428 (0.0275)	-0.0361 (0.0293)					-0.0476* (0.0284)	-0.0437 (0.0298)
ExecTotal_2	0.00323 (0.00239)	0.00259 (0.00250)					0.00382 (0.00246)	0.00336 (0.00254)
LegTotal	0.113*** (0.0358)	0.113*** (0.0349)					0.116*** (0.0361)	0.115*** (0.0354)
LegTotal_2	-0.00926*** (0.00311)	-0.00898*** (0.00306)					-0.00947*** (0.00312)	-0.00926*** (0.00309)
Agenda53leg	0.0314 (0.0501)	0.0125 (0.0473)					0.0162 (0.0515)	-6.87e-06 (0.0497)
Agenda53leg_2	-0.00876 (0.0145)	-0.00504 (0.0130)					-0.00772 (0.0144)	-0.00438 (0.0130)
AgendaTotal	-0.0153 (0.0186)	-0.0114 (0.0188)					-0.0150 (0.0198)	-0.0107 (0.0197)
AgendaTotal_2	0.000927 (0.00124)	0.000803 (0.00128)					0.00120 (0.00130)	0.000989 (0.00132)
Prod53Leg			0.0294 (0.0190)	0.0307 (0.0224)			0.0395* (0.0217)	0.0407* (0.0235)
ProdTotal			-0.00918 (0.00791)	-0.0103 (0.00934)			-0.0157 (0.00978)	-0.0178* (0.0105)
Ausnciaspresenas			-0.00696*** (0.00207)	-0.00390 (0.00261)			-0.00587 (0.00781)	-0.00177 (0.00873)
RepTotal					0.0120 (0.0158)	0.0125 (0.0169)	0.00983 (0.0170)	0.0125 (0.0187)
RepTotal_2					-0.000403 (0.000454)	-0.000403 (0.000479)	-0.000333 (0.000555)	-0.000449 (0.000611)
Mudoudepartido		-0.118* (0.0606)		-0.107* (0.0627)			-0.114* (0.0617)	-0.110* (0.0615)
Posicao		0.0566 (0.0427)		0.0762* (0.0422)			0.0837** (0.0417)	0.0547 (0.0445)
AnodeNasciment		0.00147 (0.00212)		7.92e-05 (0.00197)			0.000719 (0.00191)	0.000871 (0.00208)
EnsinoSuperior		-0.0332 (0.0515)		-0.0422 (0.0517)			-0.0337 (0.0515)	-0.0243 (0.0526)
regiao1		-0.0673 (0.0806)		-0.0708 (0.0862)			-0.0675 (0.0854)	-0.0741 (0.0820)
regiao2		0.0355 (0.0606)		0.0145 (0.0602)			0.0143 (0.0605)	0.0428 (0.0618)
regiao3		-0.00412 (0.0770)		-0.0268 (0.0763)			-0.0289 (0.0749)	-0.00397 (0.0782)
regiao4		-0.00690 (0.0516)		-0.0295 (0.0521)			-0.0235 (0.0517)	-0.000457 (0.0528)
Constant	-0.226** (0.101)	-3.069 (4.177)	0.0213 (0.0254)	-0.0806 (3.856)	0.0164 (0.0199)	-1.344 (3.749)	-0.225** (0.103)	-1.906 (4.105)
Observations	364	364	362	362	364	364	362	362
R-squared	0.053	0.082	0.005	0.034	0.002	0.036	0.064	0.091

Robust standard errors in parentheses, *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

A tabela 9, mostra o modelo de 8 regressões, com efeito não linear nas hipóteses 1 e 3, e com a variável dependente variação da doação de 2006 para 2010.

Semelhante aos resultados do subcapítulo anterior, foram obtidos resultados significativos para as variáveis independentes cargo legislativo, produtividade durante a 53^a legislatura e, significativo com correlação negativa para a variável

mudou de partido.

Os parlamentares que possuíram um cargo legislativo a mais obtiveram uma variação positiva na doação de 2006 para 2010 (0.115, $p < 0.001$). Esse modelo, permite inferir que passar por cargos legislativos aparentam impactar o financiamento político até um certo valor. Após esse valor, o retorno no parlamentar que possui mais cargos legislativos é marginal.

Para a variável produtividade, produzir uma PL ou PLP a mais durante a 53^a legislatura, impactou uma variação positiva (0.04, $p < 0.1$). Ou seja, produzir PL ou PLP durante a 53^a legislatura, impactou num aumento da variação da doação de 2006 para 2010. Semelhante ao subcapítulo anterior, as empresas parecem adotar a estratégia relacional.

Semelhante ao modelo anterior, a produtividade total foi significativa com correlação negativa. Parlamentares que produziram mais PL ou PLP durante a carreira, obtiveram um menor aumento na variação do financiamento de 2006 para 2010. Duas possíveis explicações para o resultado é o maior acesso as informações e maior racionalidade no financiamento político.

Por fim, a variável mudou de partido ainda foi significativa com correlação negativa.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O esforço do presente trabalho consistiu na investigação dos determinantes do financiamento político em deputados federais. Como o financiamento político empresarial no Brasil é elevado, buscou-se entender se há um investimento racional por parte das empresas em determinados candidatos.

A trajetória parlamentar do candidato pode ser vista como um fator atrativo para o financiamento das empresas. Visto que, deputados que ocupam importantes cargos no Congresso têm influência no poder decisório e na produção de políticas públicas. Portanto, poderia valer a pena financiar suas campanhas (Figueiredo Filho, 2009 e Santos, 2009).

Algumas questões que guiaram o trabalho são: Há fatores que influenciam o financiamento político aos deputados federais? A carreira do parlamentar, os cargos ocupados, a produtividade ou a reputação do candidato influenciam as decisões das empresas financiadoras?

Para responder tais questões, a análise empírica foi dividida em três momentos: o primeiro verificou os cargos ocupados pelos deputados federais; o segundo investigou a produtividade; e o terceiro explorou a reputação do candidato.

Em relação a carreira do deputado federal, no segundo teste, o cargo legislativo mostrou-se significativo e um fator atrativo para as empresas financiadoras. Por esse modelo, os cargos legislativos são importantes até um certo valor, após esse valor, o efeito torna-se marginal. Ou seja, até um certo valor ter cargos legislativos são muito vantajosos, após esse ponto, o financiamento político cresce numa escala menor. É possível que as empresas busquem exercer algum tipo de influência na produção de políticas, como mostram os trabalhos Boddewyn e Brewer (1994), Hillman e Keim (1995), Keim e Schuler (2004), Claessens (2007), Figueiredo Filho (2009), Fan *et. al.* (2007) e Caprio *et. al.* (2013). Os grupos de interesse têm como objetivo influenciar o comportamento congressual. Para tal, financiam as campanhas eleitorais para, em troca, receber dos parlamentares políticas favoráveis ao seu setor. Assim como o trabalho de Borges (2012), de modo geral, é possível afirmar que ter experiência junto à produção de políticas

parece ser mais importante do que possuir cargo executivo.

Os cargos de liderança não demonstraram ser fator determinante no financiamento político. Ainda que esses cargos sejam relevantes (AMARAL, 2009; BORGES, 2012; MANCUSO *et. al.*, 2013) e alguns trabalhos tenham encontrado resultados significativos para essa variável (FIGUEIREDO e LIMONGI, 1995 e SANTOS, 2009), dados os resultados desse trabalho, não foi possível observar resultados significativos.

Em relação à produtividade do parlamentar, a produtividade do deputado federal durante a 53 legislatura mostrou-se importante para o financiamento político. Retomando o conceito de Hillman e Hitt (1999), as empresas parecem investir no relacionamento relacional, quando a estratégia da empresa é formulada com o objetivo de gerar um relacionamento mais duradouro e podem abranger várias questões simultaneamente.

Já a mudança de partido pode ter efeito negativo aos parlamentares. Em outras palavras, possivelmente, o menor número de migrações partidárias pode trazer benefícios no financiamento político corporativo.

A principal contribuição deste estudo é a análise no retorno do investimento realizado pelo financiamento político. Em outras palavras, através do monitoramento dos projetos de lei e projetos de lei complementar que o candidato produz durante o exercício na legislatura, é possível mensurar se há retorno do investimento realizado pelo financiamento político corporativo.

Essa pesquisa ousou explorar uma parte inédita no campo da Estratégia Política e, além disso, alcançou êxito em demonstrar resultados que se mostraram significativos, abrindo espaço para pesquisas futuras que investiguem esse processo racional de financiamento político.

5.1 Limitações do Estudo

A primeira refere-se ao conhecimento sobre o legislativo, funcionamento do Congresso Nacional, formulação das leis, o exercício do poder e que essa pesquisa limitou-se aos aspectos formais da atuação política. Os meandros do poder são muito mais complexos que os dados podem demonstrar. O maior aprofundamento em análises qualitativas pode enriquecer os trabalhos dessa área.

Outro aspecto são as transações financeiras ilegais entre determinados grupos econômicos e políticos.

Além disso, deve-se considerar o aprofundamento da reputação política. A reputação política é uma vertente analítica importante, mas a limitação do acesso aos dados desse trabalho implicou, provavelmente, num resultado limitado.

O período de análise é relativamente curto e pode ser estendido a outras legislaturas.

5.2 Sugestões para estudos futuros

Futuros trabalhos poderiam incluir na análise de produtividade emendas ao orçamento. Além disso, poderiam fazer uma análise qualitativa do conteúdo das PL, PLP e emendas ao orçamento e relacionar com os setores que realizaram o financiamento político.

Outro aspecto é ampliação da análise incorporando financiamentos políticos de outras legislaturas para resultados mais robustos. Com banco de dados maior, o modelo estatístico pode ser trabalhado com dados em painel.

O maior envolvimento ou aproximação com pesquisadores de ciências políticas e acadêmicos (mestres e doutores) que atuem no Congresso Nacional pode ser positivo para investigações futuras.

6. REFERÊNCIAS

AGGARWAL, R. K., MESCHKE, F. & WANG, T. Corporate Political Contributions: Investment or Agency? *WFA Meeting Paper, AFA 2012 Chicago Meetings Paper*. Disponível em <http://ssrn.com/abstract=972670>. Acesso em 02 jan 2013.

AMORE, M. D. & BENNEDSEN, M. The value of local political connections in a low-corruption environment. **Journal of Financial Economics**, v.110, p. 387-402, 2013.

BANDEIRA-DE-MELLO, R. & MARCON, R. A Mensuração Multivariada da Performance e Suas Componentes de Variância: uma Análise dos Efeitos do Ano, Indústria e Firma no Contexto Brasileiro. In: ENANPAD, 28, 2004, Curitiba. Anais... Rio de Janeiro: ANPAD, 2004. 16 p. 1, 2004.

BANDEIRA-DE-MELLO, R.; MARCON, R. Unpacking firm effects: modeling political alliances in variance decomposition of firm performance in turbulent environments. **Brazilian Administration Review**, v. 2, n. 1, p. 21-37, 2005.

BARON, D. P. Integrated strategy: market and nonmarket components. **California Management Review**, v. 37, n. 2, p. 47-65, 1995a.

_____. The nonmarket strategy system. **Sloan Management Review**, v. 37, n. 1, p. 73-85, Fall95 1995b.

BAYSINGER, B. D. Domain maintenance as an objective of business political activity: an expanded typology. **Academy of Management Review**, v. 9, n. 2, p. 248-258, 1984.

BERGH, R. G. V. & HOLBURN, G. L. F. Targeting Corporate Political Strategy: Theory and Evidence from the U.S. Accounting Industry. **Published by The Berkeley Electronic Press**, 2007.

BERTRAND, M., KRAMARZ, F., SCHOAR A., & THESMAR D. "Politically Connected CEOs and Corporate Outcomes. Evidence from France", **University of Chicago**, 2004.

BOAS, T., HIDALGO, F. & RICHARDSON, N. The Spoils of Victory: Campaign Donations and Government Contract in Brazil. **Journal of politics**, v. 76, n. 2, p. 415-429, 2014.

BONARDI, J. P.; HILLMAN, A. J. & KEIM, G. D. The attractiveness of political markets: implications for firm strategy. **Academy of Management Review**, v. 30, n. 2, p. 397-413, 2005.

BORGES, T. Os partidos políticos e o financiamento empresarial das campanhas legislativas para a Câmara dos Deputados: Um estudo sobre as doações

empresariais e as carreiras nas eleições de 2006. **36° Encontro Anual da ANPOCS**, 2012.

BORGES, T. Candidaturas legislativas, trajetórias políticas e financiamento empresarial de campanha. **IX Encontro da ABCP - Eleições e Representação Política**, 2014.

BOUBAKRI, N., GUEDHAMI, O., MISHRA, D., & SAFFAR, W. Political Connections and the Cost of Equity Capital. **Journal of Corporate Finance**, v. 18, n. 3, p. 541-559, 2012.

CAMILO, S.P.O., MARCON, R. & BANDEIRA-DE-MELLO, R. Conexões Políticas e Desempenho: um Estudo das Firms Listadas na BM&F Bovespa. **RAC. Revista de Administração Contemporânea (Online)**, v. 16, p. 784-805, 2012b.

CAPRIO, L., FACCIO, M. & MCCONNELL, J. J. Sheltering Corporate Assets from Political Extraction. **Journal of Law, Economics and Organization**, v. 29, n. 2, p. 332-354, 2013.

CAREY, J.; SHUGART, M. "Incentives to Cultivate a Personal Vote: A Rank Ordering of Electoral Formulas". **Electoral Studies**, v. 14, n 4, 1995.

CHAPPELL, Henry W. Jr. "The Economics of Campaign Finance: An Empirical Study." Ph.D. **Dissertation**, Yale University, 1981.

CLAESSENS, S., FEIJEN, E. & LAEVEN, L. Political connections and preferential access to finance: The role of campaign contributions. **Journal of Financial Economics**, v. 88, n. 3, p. 554-580, 2008.

COPPEDGE, M. A classification of Latin American political parties. **Kellogg Institute. Working Paper**. v. 244, 1997.

DINÇ, I. S. Politicians and banks: Political influences on government-owned banks in emerging markets. **Journal of Financial Economics**, v. 77, n. 2, p. 453-479, 2005.

FACCIO, M. Politically connected firms. **The American Economic Review**, v. 96, n. 1, p. 369-386, 2006.

FIGUEIREDO, A.; LIMONGI, F. Os partidos políticos na Câmara dos Deputados. **Dados**, v. 38, n. 3, p.497-526, 1995.

FIGUEIREDO FILHO, D. B. Gastos eleitorais: os determinantes das eleições? Estimando a influência dos gastos de campanha nas eleições de 2002. **Revista Urutágua (Online)**, v. 8, p. 1-10, 2005.

FIGUEIREDO FILHO, Dalson B. 2009. **O elo corporativo? Grupos de interesse, financiamento de campanha e regulação eleitoral**. Dissertação de mestrado em ciência política, PPGCP/CFCH/UFPE.

FISMAN, R. Estimating the value of political connections. **American Economic**

Review, 91(4): 1095–1102, 2001.

GETZ, K. A. Research in corporate political action. **Business & Society**, v. 36, n. 1, p. 32-72, March 1, 1997 1997.

GOLDMAN, E., ROCHOLL, J. & SO, J. Do Politically Connected Boards Affect Firm Value? **Review of Financial Studies**, v. 22, n. 6, p. 2331-2360, 2009.

GORDON, S. & Hafer, C. Flexing Muscle: Corporate Political Expenditures as Signals to the Bureaucracy. **American Political Science Review**, v. 99, n. 2, p. 245-261, 2005.

GRIFFIN, J. J., FLEISHER, C. S., BRENNER, S. N. & BODDEWYN, J. Corporate public affairs research: Chronological reference list, Part 2: 1958-1984. **Journal of Public Affairs**, v. 1, n. 2, 167-186, 2001a.

GROSSMAN, G. & HELPMAN, E. Electoral Competition and Special Interest Politics. **The Review of Economic Studies**, v. 63, n. 2, pp. 265-286, 1996.

HAIR Jr. *et al.* **Análise multivariada de dados**. 6. ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

HILLMAN, A. J. & HITT, M. A. Corporate political strategy formulation: a model of approach, participation, and strategy decisions. **Academy of Management Review**, v. 24, n. 4, p. 825- 842, 1999.

HOLBURN, G. L. F. & BERGH, R. G. V. Integrated Market and Nonmarket Strategies: Political Campaign Contributions Around Merger and Acquisition Events in the Energy Sector. **Strategic Management Journal**, 35: 450-460, 2014.

HOUWELING, Robert P. V. & HALL, Richard. Avarice and Ambition in Congress: Representatives' Decisions to Run or Retire from U.S. House. **American Political Science Review**, v. 89, p. 121-136, 1995.

Instituto Ethos. **A responsabilidade das empresas no processo eleitoral**. Edição 2012.

JACOBSON, Gary C. The Effects of Campaign Spending in Congressional Elections. **The American Political Science Review**, vol. 72, 1978.

KEIM, G. & BAYSINGER, B. The Efficacy of Business Political Activity: Competitive Considerations in a Principal-Agent Context. **Journal of Management**, v. 14, p. 163-180, 1998.

LAMBERG, J. A. et al. The evolution of corporate political action: a framework for processual analysis. **Business & Society**, v. 43, n. 4, p. 335-365, 2004.

LAZZARINI, S.; MUSACCHIO, A.; BANDEIRA DE MELLO, R. e MARCON, R. What Do Development Banks Do? Evidence from Brazil, 2002-2009. <http://www.iepecdg.com.br/uploads/artigos/SSRN-id1969843.pdf>, 2011.

LAWTON, T., MCCGUIRE, S. & RAJWANI, T. Corporate Political Activity: A Literature Review and Research Agenda. **International Journal of Management Reviews**, v. 15, p. 86-105, 2013.

LEVITT, S. D. Using Repeat Challengers to Estimate the Effect of Campaign Spending on Election Outcomes in the U.S. House. **Journal of Political Economy**, v. 102, n. 4, p. 777-798, 1994.

MANCUSO, Wagner Pralon. O lobby da indústria no Congresso Nacional: Empresariado e Política no Brasil Contemporâneo. **Dados**, vol. 47, n. 3, p. 505 a 547, 2004.

_____. Investimento eleitoral no Brasil: balanço da literatura e agenda de pesquisa. **8º Encontro da Associação Brasileira de Ciência Política**, 2012.

MANCUSO, W. P., UEHARA, C., SBEGUE, A. C. & SAMPAIO, C. M. Determinantes dos padrões de carreira política dos deputados federais paulistas entre as legislaturas 49ª (1991 – 1995) e 53ª (2007 – 2011). **Opinião Pública**, vol. 19, n. 2, p. 430-448, 2013.

MARCELINO, Daniel. **Sobre dinheiro e eleições: um estudo dos gastos de campanha para o Congresso Nacional em 2002 e 2006**. Dissertação de mestrado em Ciências Sociais. Centro de Pesquisa e Pós-Graduação sobre as Américas, UnB, 2010.

MARCONI, Marina de A.; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MCCHESENEY, Fred. Money for Nothing: politicians, rent extraction, and political extortion. Cambridge, Harvard University Press, 1997.

MIZRUCHI, M. S. What Do Interlocks Do? An Analysis, Critique, and Assesment of Research on Interlocking Directores. **Annual Review of Sociology**, v. 22, p. 271-298, 1996.

MYERS, Brett W. Corporate Political Activity and Asset Pricing. *Working Paper*. Rawls College of Business - Texas Tech University, 2005.

NEWTON, A. N. & UYSAL, V. B. The Impact of Political Connectedness on Firm Value and Corporate Policies: Evidence from *Citizens United*. **Research Support Program of the Price College of Business at the University of Oklahoma**, 2013.

NICOLAU, J. Como Controlar o Representante? Considerações sobre as Eleições para a Câmara dos Deputados no Brasil.

NICOLAU, J. O sistema eleitoral de lista aberta no Brasil. **Dados**. v. 49. n. 4, p. 689-720, 2006.

NOVAES, L.M. **O Efeito da Reeleição em Gastos de Saúde: Uma análise do modelo de reputação política**. 36f. Dissertação (Mestrado em Economia) – Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas,

São Paulo, 2007.

OLSON, M. *The Logic of Collective Action*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1965.

PEIXOTO, V. Impacto dos gastos de Campanhas nas eleições legislativas de 2010: uma análise quantitativa. **8 Encontro ABCP (Associação Brasileira de Ciências Política)**, 2012.

PEREIRA, Carlos; MUELLER, Bernardo. Uma Teoria da Preponderância do Executivo: o Sistema de Comissões do Legislativo Brasileiro. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 15, n. 43, p. 45-67, 2000.

PEREIRA, Carlos; RENNÓ, Lucio. Successful re-election strategies in Brazil: the electoral impact of distinct institutional incentives. **Electoral Studies**, vol. 22, n. 3, p. 425-448, 2003.

PEREIRA, Carlos; RENNÓ, Lucio. 2007. O que é que o reeleito tem? O retorno: o esboço de uma teoria da reeleição no Brasil. **Revista de Economia Política**, v. 27, n. 4, 2007.

PERSSON, T.; TABELLINI, G. **Political Economics: Explaining Economic Policy**, Cambridge and London: MIT Press, 2000.

PITTMAN, R. The effects of Industry concentration and regulation on contributions in three 1971 U.S. Senate Campaigns. **Public Choice**, v. 27, p. 71-80, 1976.

PRESTON, L. Business and public policy. **Journal of Management**, v. 12, n. 2, p. 261-275, 1986.

REIS, D. F. G. P. Financiamento da Política no Brasil. **Dissertação de mestrado em Direito**. Universidade de São Paulo, 2010.

SAMUELS, D. J. Incumbents and challengers on a level playing field: assessing the impact of campaign finance in Brazil. **The Journal of Politics**, v. 63, n. 2, p. 569-584, 2001a.

SAMUELS, D. J. Does money matter? Credible commitments and campaign finance in new democracies: theory and evidence from Brazil. **Comparative Politics**, v. 34, n. 1, p. 23-42, 2001c.

SAMUELS, D. J. Money, elections, and democracy in Brazil. **Latin American Politics and Society**, v. 43, n. 2, p. 27-48, 2001b.

SAMUELS, D. J. Brasil: O que podemos aprender com o “caixa um” e propostas de reforma”. In: BENEVIDES, Maria Victoria et ali. (orgs.) *Reforma Política e Cidadania*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2003.

SAMUELS, David. Financiamento de campanhas no Brasil e propostas de reforma. IN. SOARES, Gláucio Ary Dillon. *Reforma política: lições da história recente*. Rio de

Janeiro: FGV, 2006.

SANTOS, Fabiano (1999). Instituições eleitorais e desempenho do presidencialismo no Brasil. **Dados**, v. 42, n. 1, pp.111-138.

SANTOS, R. A Economia Política das Eleições 2002. Um Estudo Sobre a Concentração de Financiamento de Campanha para Deputado Federal. Dissertação de Mestrado. Niterói: PPGCP/UFF, 2009.

SCHULER, Douglas A. Corporate Political Action: Rethinking the Economic and Organizational Influences. **Business and Politics**, v. 1, n. 1, p. 83-97, 1999.

SCHULER, Douglas A. Corporate political strategy and foreign competition: the case of the steel industry. **Academy of Management Journal**, v. 39, n. 3, p. 720-737, 1996.

SCHULER, Douglas A.; REHBEIN, Kathleen; CRAMER, Roxy D. Pursuing strategic advantage through political means: a multivariate approach. **Academy of Management Journal**, v. 45, n. 4, p. 659-672, 2002.

SHAFFER, B. Firm-level responses to government regulation: Theoretical and research approaches. **Journal of Management**, v. 21, n. 3, p. 495-514, 1995.

SNYDER, J. M. Campaign Contributions as Investments: The U.S. House of Representatives, 1980-1986. **Journal of Political Economy**, v. 98, n. 6, p. 1195-1227, 1990.

SPECK, B.W.; MANCUSO, W. P. Financiamento Político no Brasil: O Impacto do Dinheiro sobre Partidos, Eleições, Candidatos e Representantes. **35 Encontro Anual da Anpocs**, 2011.

SPECK, B. W.; MANCUSO, W. P. O que faz a diferença: Gastos de Campanha, Capital Político, Sexo e Contexto Municipal nas Eleições para Prefeito em 2012. **Cadernos ADENAUER (São Paulo)**, v. 2, p. 107-124, 2013.

STIGLER, G.J. The theory of economic regulation. **Bell Journal of Economics and Management Science**, v. 2, p. 3-21, 1971.

STRATMANN, Thomas. What Do Campaign Contributions Buy? Deciphering Causal Effects of Money and Votes. **Southern Economic Journal**, v.57, n.3, pp. 606-620, 1991.

TAHOUN, Ahmed (2014). The role of stock ownership by US members of Congress on the market for political favors. **Journal of Financial Economics**, v. 111, p. 86-110, 2014.

ZARDKOOHI, A. On the political participation of the firm in the electoral process. **Southern Economic Journal**, v. 51, p. 804-817, 1985.