



# Uma análise do impacto econômico nas eleições para o Legislativo de Minas Gerais no ano de 2014

*Ricardo Soares Mendes*

## Introdução

A presente pesquisa se propõe a analisar o impacto do poder econômico, expresso pelo financiamento e gasto de campanha, nos resultados eleitorais. Para tanto, o caso empírico considerado na pesquisa diz respeito ao pleito estadual de 2014 para a Assembleia Legislativa de Minas Gerais (ALEMG), que é composta por 77 deputados que exercem um mandato de quatro anos, a fim de identificar os vieses que podem ser produzidos pelo mercado no processo de representação política.

Apesar de sua grande relevância, o tema do financiamento de campanha é relativamente novo no Brasil. Por isso, existe uma lacuna muito grande, limitando o conhecimento acerca do funcionamento político no sistema democrático brasileiro. Dessa forma, essa pesquisa pretende contribuir para a ampliação do conhecimento da área, a partir da análise das eleições parlamentares de Minas Gerais em 2014.

Exploramos, ainda que forma indireta, temas como financiamentos públicos, privados, caixa dois, e as suas consequências nos resultados eleitorais, clareando um pouco o obscuro campo de pesquisa.

Como o objetivo desse projeto é analisar o impacto dos recursos econômicos e do financiamento de campanha nos resultados eleitorais do pleito ao parlamento de estadual de Minas Gerais em 2014, será utilizada como principal fonte a coleta de dados secundários, a partir de informações disponíveis no site do TSE, que deverão ser analisados quantitativamente.

Trata-se de tema atual e de grande relevância ao país, que vive em momento político pressionado por reformas e mudanças, que são necessárias para um melhor funcionamento do Estado.

Essa pesquisa encontra-se organizada da seguinte maneira: primeiramente se abordará a origem da relação entre poder econômico e poder político, desenvolvendo o conceito e espécies de financiamentos de campanha. Seguido de uma análise do o financiamento de campanha adotado no Brasil, apresentando o histórico, repercussão e discussões atuais sobre o tema. E será finalizado por análises de dados através de um software estatístico (SPSS), onde serão realizadas análises de estatística tanto descritivas quanto de contingência e correlação a fim de se demonstrar a interferência dos aspectos econômicos no mundo político em questão.

## Material e métodos

Com a coleta dos dados secundários com as informações eleitorais no sitio do TSE será construído um banco de dados em software estatístico (SPSS), que servirá de base para a construção dos perfis citados, ou seja, cidadãos, candidatos eleitos, e doadores de campanha. Então serão realizadas análises de estatística tanto descritivas quanto de contingência e correlação a fim de se demonstrar a interferência dos aspectos econômicos no mundo político em questão. Acredita-se que dessa forma os objetivos do trabalho possam ser alcançados.

Os dados do TSE apresentam alguns problemas, as quantias declaradas não refletem nas quantias reais gastas pelos políticos durante a campanha. Candidatos a governador gastam mais que candidatos a deputado federal e esses mais que candidatos a deputado estadual, e partidos de direita arrecadam mais que partidos de esquerda.

Empresas têm contribuições bem maiores que indivíduos, sendo as empresas de setores grandemente influenciados por regulamentação governamental ou muito dependentes de contratos públicos como setores financeiros, bancos, construtoras, etc.

Os dados do TSE são de fato úteis, uma vez que se as prestações de contas fossem totalmente inventadas então esses padrões não teriam emergido, pois os dados seriam um conjunto aleatório de números. Os dados no Brasil são imperfeitos, porém o que podemos aprender na política sobre esses dados?

## Discussão e Resultados



Hanna Pitkin (2006) apresenta análise etimológica do conceito de representação, tendo em seu foco a representação política. A palavra representação surge do latim, mas o seu significado não apresenta o sentido de representação do povo, como demonstrado sobre origem da palavra em inglês “represent”, e em outros diferentes idiomas, como o alemão, onde *vertreten*, *darstellen* e *representieren*, que são traduzidas do inglês. A ênfase está na natureza fictícia da conexão: não se trata de uma pessoa real, mas de uma pessoa apenas por representação (*persona non vera sedrepraesentate*).

Miguel (2000), por exemplo, faz uma abordagem sociológica do conceito ao tratar da também chamada representação por espelho. Para o autor existe uma grande distorção entre o perfil sócio demográfico dos indivíduos e dos representantes no parlamento. Isso contribui para uma crise na representação política atual.

Cada país tem suas diferentes regras com relação ao financiamento eleitoral. Sabe-se, entretanto, que nenhum país no mundo tem financiamento exclusivamente público, mas que alguns têm uma participação do capital privado maior do que em outros. Podem ocorrer com dinheiro público quando é financiado pelo estado e privado quando o recurso vem da sociedade. Tem-se ainda o formato misto, quando os dois financiamentos anteriores são combinados.

Os financiamentos públicos podem ocorrer de forma direta, com a transferência de dinheiro a partidos e candidatos, ou indireta, através do tempo no rádio ou na televisão, incentivos fiscais, etc. Já o financiamento privado, que parte de atores particulares, pode não coincidir com a vontade do povo.

Apesar de sua grande relevância, o tema do financiamento de campanha é relativamente novo no Brasil. Por isso, existe uma lacuna muito grande, limitando o conhecimento acerca do funcionamento político no sistema democrático brasileiro. Dessa forma, o presente projeto pretende contribuir para a ampliação do conhecimento da área, a partir da análise das eleições parlamentares de Minas Gerais em 2014.

Logo, essa pesquisa se justifica pela importância do tema para os resultados eleitorais e o ainda incipiente desenvolvimento da área de pesquisa, carecendo ainda de compreender o real impacto dos gastos e financiamento eleitoral no resultado da competição pelo voto. Permanece um vazio de análise sobre essa influência no caso das eleições para os legislativos estaduais, o que pode ser minimizado a partir dessa pesquisa sobre o pleito ao parlamento mineiro.

Tendo em vista que o financiamento de campanha, conforme mostra autores como Speck e Mancuso (2012), é importante verificar a relação entre o financiamento e o resultado eleitoral. Para tanto, recorreremos às informações públicas disponibilizadas no Tribunal Superior Eleitoral – TSE sobre o volume de recursos públicos e privados nas campanhas e seu impacto nas eleições e, conseqüentemente, no sistema de representação democrática como um todo. Com base em análise de dados a partir do banco estatístico do tribunal superior eleitoral, temos o objetivo de discutir a importância do poder econômico no desempenho de uma campanha eleitoral e seus resultados no caso da ALEMGO no pleito de 2014.

Por que as campanhas são tão caras no Brasil? Samuels (2006) aponta que incentivos impostos pelo sistema eleitoral, eleições competitivas e partidos fracos em organização, são algumas das respostas para esse fenômeno.

As eleições para o legislativo tendem aumentar o custo das campanhas, a representação proporcional em lista aberta incentivam táticas de campanhas individuais. Os candidatos disputam tanto com candidatos de outros partidos, quanto com candidatos do seu partido. Sendo assim, eles têm que se diferenciar individualmente a base de voto personalizado por meio de favores, presentes, entre outros benefícios, e conseqüentemente gastar mais.

## Conclusão/Conclusões/Considerações finais

Com os resultados parciais obtidos nessa pesquisa é possível considerar que o financiamento de campanha é decisivo para o resultado de uma eleição. Ainda não foi possível concluir o impacto econômico no resultado para o Legislativo Mineiro no ano de 2014, resultados que serão apresentados na conclusão dessa pesquisa.

## Referências

As referências (limitadas a 10) deverão ser escritas com a fonte Times New Roman (tamanho 07, espaçamento simples, alinhadas à esquerda).

[1] PITKIN, Hanna Fenichel. Representação: Palavras, instituições e idéias. Lua Nova, São Paulo, 67: 15-47, 2006.

[2] MIGUEL, L. F. Sorteios e representação democrática. Lua Nova (Impresso), São Paulo, v. 50, p. 69-96, 2000.

[3] SAMUELS, David. O Financiamento de Campanhas no Brasil e Propostas de Reforma. In: SOARES, Gláucio Ary Dillon ; RENNÓ, Lucio (org.). Reforma Política Lições da História Recente. São Paulo: FGV, 2006.