



**XXXI CONGRESO ALAS
URUGUAY 2017**

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

**Grupos financeiros e doações eleitorais na América Latina: análise do grupo brasileiro
ITAUSA.¹**

Rodrigo Orlando Silva

rodrigoorlandosilva@hotmail.com

UFSC – Universidade Federal de Santa Catarina

Brasil

Ary Cesar Minella

minella.ary@gmail.com

UFSC – Universidade Federal de Santa Catarina

Brasil

RESUMO

A questão do financiamento eleitoral na América Latina tem sido objeto de várias análises. No caso brasileiro, se destaca a participação de grandes construtoras e do setor financeiro e o debate sobre os efeitos desse financiamento nos resultados e processos políticos. Considerando os aportes recentes da literatura sobre o tema, o presente trabalho analisa de forma específica a participação de um grupo financeiro – Grupo Itausa – nas doações de campanha nas eleições de 2012 e 2014. Considerado um dos maiores do país e presente em vários países latino-americanos, o Grupo Itausa atua em vários setores e ramos da economia e está conformado por grandes empresas financeiras e industriais, destacando-se o banco Itaú Unibanco. Para analisar o perfil estratégico das doações eleitorais foram selecionadas cinco empresas do grupo (Itaú Unibanco, Banco Itaúleasing - setor financeiro; Itautec, Elekeiroz, Duratex, que atuam no setor industrial). Os dados de financiamento foram coletados no Tribunal Superior Eleitoral (TSE) e sistematizados levando em conta os partidos

¹ Pesquisa financiada com recursos oriundos do CNPq.



XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

e candidatos (todos os cargos). Utilizou-se de recursos da Análise de Redes Sociais (ARS) para complementar a investigação. Relacionamos e comparamos essas categorias, identificamos entre os candidatos que receberam financiamento do grupo, quais foram membros de comissões parlamentares. Constatou-se uma doação total em torno de R\$ 52 milhões, distribuídos entre 26 partidos e 359 candidatos. Observou-se concentração de recursos em cinco partidos, destacando-se o PSDB, em seguida o PT e, em menor volume, o PMDB, PSB e PSD, um baixo número de apoio a coligações governistas e êxito de quase 70% entre os apoiados nas duas eleições. A principal empresa financeira do grupo (Itaú Unibanco) é responsável pelo maior volume de doação. Conclui-se que as doações de campanha seguem três estratégias complementares: a) pulverização seletiva e concentrada das doações; b) financiamento focado em candidatos com capital político suficiente para formar maiorias parlamentares, e atuar em comissões, buscando diminuir a capacidade de representação decisória de políticos e partidos não alinhados estratégica ou ideologicamente aos interesses do grupo; c) na eleição de 2014 houve mudanças na estratégia com apoio ampliado a partidos de oposição ao governo, a candidatos a deputado federal em estados do Nordeste e maior apoio a candidaturas para as casas legislativas (deputados estaduais).

ABSTRACT

The issue of electoral financing in Latin America has been the subject of several analyzes. In the Brazilian case, the participation of large construction companies and the financial sector is highlighted, as well as the debate about the effects of this financing on results and political processes. Considering recent literature contributions, this paper specifically analyzes the participation of a financial group - Itausa Group - in campaign donations in the 2012 and 2014 elections. Considered one of the largest in the country and present in several Latin countries Itausa Group operates in various sectors and branches of the economy and is made up of large financial and industrial companies, notably Itaú Unibanco. Five companies of the group (Itaú Unibanco, Banco Itaúleasing - financial sector, Itaútec, Elekeiroz, Duratex, which operate in the industrial sector) were selected to analyze the strategic profile of the electoral donations. The funding data



XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

were collected in the Superior Electoral Court (TSE) and systematized taking into account the parties and candidates (all positions). Social Network Analysis (ARS) resources were used to complement the research. We related and compared these categories, identified among the candidates who received funding from the group, which were members of parliamentary committees. There was a total donation of around R\$ 52 million, distributed among 26 parties and 359 candidates. It was observed a concentration of resources in five parties, most notably the PSDB, followed by the PT and, to a lesser extent, the PMDB, PSB and PSD, a low number of support to governing coalitions and a success of almost 70% among the supporters in both elections. The group's main financial company (Itaú Unibanco) is responsible for the largest donation volume. It is concluded that campaign donations follow three complementary strategies: a) selective and concentrated donation spraying; b) funding focused on candidates with sufficient political capital to form parliamentary majorities, and act on committees, seeking to diminish the capacity for decision-making of politicians and parties not strategically or ideologically aligned with the interests of the group; c) in the 2014 election there were changes in strategy with expanded support for opposition parties, candidates for federal deputy in Northeastern states and greater support for candidacies for legislative houses (state deputies).

Palavras-chave:

Grupos Financeiros, Itaúsa, Financiamento Eleitoral.

Keywords

Financial Groups. Itaúsa. Campaign finance.

I. Introdução

Fruto de um projeto de pesquisa mais amplo intitulado “Grupos financeiros latino-americanos no século XXI: perfil econômico e sociopolítico comparado”, que analisa cinco grupos financeiros



XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

latino-americanos², esta investigação ainda em curso, tem por objeto o grupo financeiro brasileiro Itaúsa e sua participação no processo político, por meio do financiamento eleitoral de campanha nas eleições realizadas no país em 2010 e 2014³. Buscou-se identificar o financiamento eleitoral e as possíveis estratégias adotadas pelo grupo em suas doações. Para tanto, recorreremos aos dados do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) disponibilizados para a sociedade através do Sistema de Prestação de Contas Eleitorais (SPCE).

Grupos econômicos são constituídos por empresas que atuam em diversos setores da atividade econômica. Embora possam apresentar-se como juridicamente independentes, essas empresas estão conectadas pelo controle de ativos, do capital e pela unicidade em seu comando e podem incluir outros princípios de solidariedade (étnica, familiar, etc.). Partindo dessa definição, no âmbito da presente análise, são considerados como grupos financeiros aqueles grupos econômicos que possuem uma empresa do setor financeiro como sua espinha dorsal.

De acordo com Portugal Jr. (1994), grupos econômicos apresentam-se como expressão da concentração do capital e resultado histórico do seu desenvolvimento. São a forma de organização predominante no capitalismo moderno e seu poder econômico representa também poder político e influência sobre a sociedade e o Estado. Para além de uma questão puramente econômica, um grupo econômico é permeado por relações internas de força e uma ampla rede de relações sociais.

O grupo Itaúsa (*holding* Itaúsa - Investimentos Itaú), controla uma diversidade de empresas atuantes em variados setores da atividade econômica incluindo algumas que estão entre as maiores de seus respectivos ramos.⁴ O Banco Itaú Unibanco, principal empresa do grupo e um dos maiores bancos privados da América Latina, foi constituído em 2008 a partir da articulação dos interesses

² Grupo Saihe (Chile), Romero (Perú), Antioqueño (Colômbia), Banorte (México) e Itausa (Brasil).

³ Eleições para a presidência da república, senado (dois terços em 2010 e um terço em 2014), a totalidade da Câmara dos Deputados e dos legislativos estaduais.

⁴ Cf. Valor, *Grandes Grupos*, dezembro de 2011, p. 92 e <<http://www.itausa.com.br/pt/conheca-a-itausa/quem-somos>>. Acesso em: 5 ago. 2014. Entre grandes empresas industriais controladas pelo grupo estão a Itautec (Informática), Elekeiroz (química), Duratex (madeira).



**XXXI CONGRESO ALAS
URUGUAY 2017**

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

econômicos das famílias Setúbal e Villela (controladores do Banco Itaú) e Moreira Salles (controladora do Unibanco).⁵

Para a presente análise foram consideradas 47 empresas do grupo e por meio de consultas ao sistema SPCE, foram identificadas aquelas que realizaram doações nas eleições de 2010 e 2014: duas do segmento financeiro – Banco Itaúleasing S.A. e Itaú Unibanco S.A. – e três do setor industrial, Itaotec S.A. (informática), Elekeiroz S.A. (química), Duratex S.A. (material de construção e decoração). Como mostraremos mais adiante a estratégia de financiamento eleitoral do grupo Itaúsa é coordenada por meio do Itaú Unibanco.

O financiamento eleitoral de campanha pode ser instrumento estratégico usado pelo grupo no esforço de conversão de seu poder econômico em poder político. Através de suas relações com candidatos e partidos o sistema financeiro cria uma rede de relações políticas ampliando sua vinculação com o Estado. Desse modo, os grupos financeiros transformam-se de grandes movimentadores de capital em lócus de poder presentes nas estruturas sociais engajados em relações nos mais diversos setores da sociedade.⁶

Para compreender como se articulam os grupos financeiros dentro do sistema político, as relações que constituem com partidos e candidatos, e a sua influência sobre o Estado, é fundamental analisar a participação e o alcance dos recursos financeiros investidos no processo eleitoral, pois esses recursos causam assimetrias que comprometem o caráter democrático das disputas. Autores como Speck e Marciano, criticam o atual formato de financiamento eleitoral e mencionam a “subversão do princípio da igualdade dos cidadãos quanto à sua influência sobre a representação política” (2015, p. 155). Para esses autores, “a possibilidade de influenciar o processo de representação pela via de doações a partidos e candidatos abre novamente a questão das garantias mínimas para assegurar a equidade dos cidadãos” (SPECK e MARCIANO, 2015, pg. 155).

⁵ Constituiu-se a IUPAR Itaú Unibanco Participações, na qual a Itaúsa participa com 66,53% e a Cia E. Johnston de Participações, controlada pela família Moreira Salles, participa com 33,47. A partir desta configuração controlam o Itaú Unibanco (Valor, Grandes Grupos, dezembro de 2011, p. 92-93).

⁶ Portugal Jr. (1994).



XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

Levando em consideração algumas hipóteses presentes na literatura sobre financiamento eleitoral e articulando-as com aspectos conjunturais específicos dos períodos eleitorais selecionados, verificou-se a existência de algum padrão e se há uma estratégia presente nas doações efetuadas pelo grupo Itaúsa. Buscamos dessa forma, um melhor entendimento das relações econômicas e políticas que se manifestam na participação de um grupo financeiro no processo eleitoral do país.

II. Aspectos metodológicos

Primeiramente, foi efetuada uma consulta na literatura que trata do financiamento eleitoral no Brasil que permitiu apontar aspectos metodológicos a serem considerados pelo trabalho como indicadores para uma melhor aproximação da estratégia de financiamento do grupo, e de que forma o apoio econômico do Itaúsa apresenta seus resultados na forma de influência na disputa eleitoral. Assim, quatro indicadores foram considerados: 1) o total dos recursos distribuídos entre os candidatos, estados, candidaturas e partidos; 2) as características socioeconômicas dos candidatos relacionadas ao volume de recursos distribuídos entre eles; 3) a quantidade de candidatos oriundos de coligações governistas; 4) êxito das candidaturas.

O trabalho combina uma metodologia estatística simples com a Análise de Redes Sociais (ARS) para a análise dos candidatos contemplados com doações, feita através do software Ucinet6 (Borgatti, S.P., Everett, M.G. and Freeman, L.C. 2002) conjuntamente com o NetDraw (para visualizações). O segundo passo foi uma coleta de dados efetuada na prestação de contas eleitorais de partidos e candidatos, disponibilizados *on-line* pelo TSE, por meio do SPCE. Essa coleta abrangeu as eleições majoritárias e proporcionais que ocorreram nos anos de 2010 e 2014. Identificamos o volume total das doações efetuadas pelas empresas detalhando as doações por partidos, candidatos, cargos e estados.

Além do perfil geral do financiamento eleitoral do grupo Itaúsa, foi feita uma análise específica de possíveis condicionante socioeconômicos e políticos do investimento – derivados daqueles propostos pela literatura – em uma amostra de 42 candidatos que receberam doações totais de R\$ 200 mil ou mais em uma única eleição. Os dados referentes ao perfil dos candidatos foram



XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

coletados na plataforma DivulgaCand fornecida pelo TSE e em informações encontradas na própria página do Tribunal.

III. Análise e discussão de dados

Os dados coletados junto ao TSE mostram que nas eleições selecionadas, as cinco empresas do Grupo Itaúsa realizaram doações de cerca de R\$ 52 milhões, abrangendo 359 candidatos, 26 partidos e 25 estados (Tabela 1).

*Tabela 1 – Brasil. Grupo ITAUSA- Doações eleitorais–
2010 e 2014. Em reais.*

Empresa	2010	2014
Itaú Unibanco	23.630.000,00	26.580.000,00
Banco Itauleasing	4.200,00	600,00
Duratex	433.617,00	720.000,00
Elekeiroz	45.000,00	160.000,00
Itautec	250.000,00	0,00
TOTAL	24.362.817,00	27.460.600,00
TOTAL GERAL	51.823.417,00	

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral. Elaboração Própria.

Comparando-se o padrão e valores financiados nas duas eleições é possível constatar que os candidatos ao poder executivo (presidente e governadores) receberam o maior percentual de doações em 2010 (37 % e 28% respectivamente), e esse padrão sofre uma mudança em 2014, pois enquanto o cargo de presidente permanece como prioridade (38%) agora é a candidatura a Deputado Federal que aparece em segundo lugar (25%), percentual maior do que o recebido pelos candidatos a governador (20%). Além da maior participação dos legisladores federais também os candidatos a Deputados Estaduais, incrementaram sua participação relativa de 3% em 2010 para 10% em 2014, enquanto a doação aos candidatos ao senado reduziu sua participação relativa de 16% para 8% no mesmo período. Neste caso devemos considerar que o número de candidatos ao senado



**XXXI CONGRESO ALAS
URUGUAY 2017**

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

foi maior em 2010 pois estavam em disputa 2/3 das cadeiras enquanto em 2014 era 1/3. (cf. Tabela 2)

Tabela 2 – Grupo Itaúsa - doações por cargos – Eleições 2010 e 2014. Em Reais

Candidatura	2010		2014	
	R\$	%	R\$	%
Presidente	9.000.000,00	37	10.450.000,00	38
Governador	6.775.000,00	28	5.400.000,00	20
Deputado Federal	4.011.117,01	16	6.734.000,00	25
Senador	3.800.000,00	16	2.215.000,00	8
Deputado Estadual	776.700,00	3	2.631.600,00	10
Deputado Distrital	0,00	0	30.000,00	0,1
Total	24.362.817,00	100	27.460.600,00	100

Fonte: SPCE. TSE. Elaboração própria

O passo seguinte da análise considera a distribuição das doações entre os partidos políticos (Tabela 3).

Tabela 3 – Brasil. Grupo Itaúsa – Doações por partido – Eleições de 2010 e 2014. Em reais.

Partidos	2010		2014	
	R\$	%	R\$	%
PSDB	9.580.000,00	39,0	8.632.500,00	31,0
PT	6.740.000,00	28,0	6.552.500,00	24,0
PMDB	2.005.000,00	8,0	2.515.000,00	9,0
PV	1.725.000,00	7,0	120.000,00	0,0
DEM	1.596.117,00	7,0	1.302.500,00	5,0
PDT	700.000,00	3,0	196.500,00	1,0
PP	564.200,00	2,0	762.500,00	3,0
PPS	460.000,00	2,0	375.000,00	1,0
PR	262.500,00	1,0	150.000,00	1,0
PSB	260.000,00	1,0	3.455.000,00	13,0



XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

PTB	200.000,00	1,0	412.500,00	2,0
PMN	100.000,00	0,4	25.000,00	0,0
PC do B	75.000,00	0,3	270.000,00	1,0
PSC	75.000,00	0,3	300.000,00	1,0
PSL	20.000,00	0,1	25.000,00	0,1
PEN	-	-	30.000,00	0,1
PRB	-	-	50.000,00	0,2
PROS	-	-	100.000,00	0,4
PSD	-	-	1.539.000,00	5,6
PSDC	-	-	100.000,00	0,4
PT do B	-	-	132.000,00	0,5
PTC	-	-	600,00	0,0
PTN	-	-	40.000,00	0,1
SD	-	-	375.000,00	1,4
TOTAL	24.362.817,00	100	27.460.600,00	100

Fonte: SPCE. TSE. Elaboração própria

Em termos partidários, os dados indicam que o grupo Itaú canalizou suas doações especialmente para o PSDB (39% em 2010 e 31% em 2014), secundando pelo PT, partido governista, contemplado com 28% e 24% do volume de financiamento no período. Juntos, PSDB e PT canalizaram basicamente a metade das doações efetuadas pelo grupo Itaúsa nas eleições de 2010 e 2014. Com valores bastantes abaixo desses dois partidos estão o PMDB (8% e 9%), o PSB (1% e 13%), o DEM (7% e 5%) e o PSD com 5,6% (neste caso, na eleição de 2014).

Neste ponto existem duas observações a serem feitas: por um lado, o PSD, partido fundado em 2010 logo em sua primeira eleição recebe um total de 5,6% das doações, que representa quase o mesmo volume de financiamento dos partidos tradicionais da política brasileira; por outro, o grande incremento das doações do Grupo Itaúsa ao PSB, que passou de 1,0% em 2010 (período em que fazia parte do governo) para 13% em 2014 (quando concorria na oposição). Neste último ano, o PSB é o terceiro colocado no volume de recursos recebidos, ficando atrás apenas do PSDB e do PT.



**XXXI CONGRESO ALAS
URUGUAY 2017**

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

a) Total de candidatos apoiado por partido, coligação governista e êxito eleitoral

Nesta parte da análise considera-se o número de candidatos apoiados pelo Grupo Itaúsa segundo o partido (Tabela 4).

Tabela 4 – Brasil. Grupo Itaúsa – Total de candidatos apoiados, por partido – Eleições 2010 e 2014.

Partidos	Número de candidatos		Total
	2010	2014	
PSDB	44	40	84
DEM	21	18	39
PT	20	32	52
PMDB	16	26	42
PP	13	10	23
PV	8	3	11
PPS	7	6	13
PR	6	3	9
PDT	4	3	7
PSB	3	16	19
PTB	3	4	7
PC do B	2	5	7
PSC	2	2	4
PMN	1	1	2
PSL	1	1	2
PEN	-	1	1
PRB	-	1	1
PROS	-	2	2
PSD	-	17	17
PSDC	-	2	2
PT do B	-	6	6
PTC	-	1	1
PTN	-	2	2
SD	-	6	6
TOTAL	151	208	359

Fonte: TSE. Elaboração própria.



XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

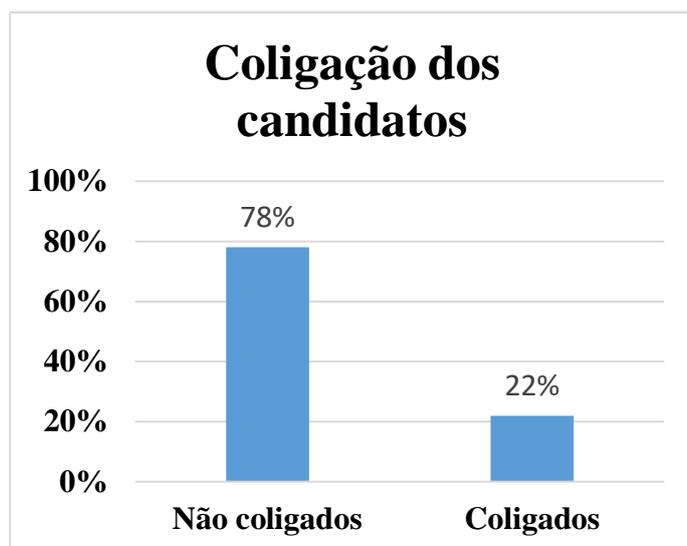
Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

Em 2010 foram contemplados 151 candidatos e 208 nas eleições seguintes. Considerando os dois pleitos, aqui também o PSDB se destaca com 84 candidatos apoiados, seguido pelo PT com menor número - 52 candidatos – e o PMDB com 42. Neste aspecto (número de candidatos) o PSB também chama a atenção pelo significativo aumento no número de seus candidatos que receberam doação: de três na eleição de 2010 chegou a 16 em 2014, confirmando que o apoio a este partido passou a ser parte da estratégia do Grupo Itaúsa neste último pleito. Outro fato observável é o destaque que o recém formando PSD recebe ao ter 17 candidatos apoiados pelo grupo já na sua primeira eleição. O gráfico 1 mostra a porcentagem de candidatos apoiados pelo Grupo Itaúsa e que faziam parte de coligações governistas nos diferentes estados e na candidatura à presidência. Aqui inferimos algo análogo ao ocorrido na análise do total de candidatos. Embora o partido governista (PT) tenha recebido uma alta concentração de doações (especialmente para o cargo presidencial) constata-se uma quantidade menor de candidatos que tenham concorrido em ambas as eleições vinculados a coligações governistas.

Gráfico 1 - Grupo Itaúsa – Doações aos candidatos conforme coligações governistas – Eleições 2010 e 2014.

Gráfico 2 - Grupo Itaúsa – Êxito eleitoral dos candidatos apoiados – Eleições 2010 e 2014.



Fonte: TSE. Elaboração própria.



XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

O gráfico 2, indica que a estratégia de financiamento eleitoral do grupo foi exitosa pois cerca de 65% dos candidatos apoiados pelo Itaúsa se elegeram, garantindo ao grupo uma ampla rede de relações político-partidárias. A importância dos doadores de campanha para o êxito do candidato e a influência que eles exercem nessa rede não pode ser relevada ou subestimada.

Até este ponto a pesquisa parece mostrar indícios de que embora o grupo concentre suas doações nos candidatos à presidência (em proporção um pouco maior para o principal candidato da oposição) também participa ativamente na doação aos candidatos para a casa legislativa e especialmente nas eleições de 2014 verifica-se uma estratégia de ampliar o número de deputados federais dos partidos que não compõem a base governista, buscando assim garantir uma base parlamentar para o caso de uma vitória do candidato presidencial da oposição (Aécio Neves) e minar a base de sustentação no caso de uma vitória do candidato governista (no caso, Dilma Rousseff, que buscava reeleger-se).

b) Características socioeconômicas e políticas dos candidatos relacionadas ao volume de recursos distribuídos entre eles.

Para a análise do perfil socioeconômico e político dos candidatos agraciados com doações iguais ou superiores a R\$ 200 mil em um único pleito, tomamos como indicadores do perfil político, a atuação como líder ou vice-líder nas casas – Congresso e Senado -, a participação em comissões e mesas diretoras, além do exercício prévio de cargo público ou mandato. Já para o perfil socioeconômico foram tomados como indicadores o grau de escolarização e a profissão declarada pelos candidatos.



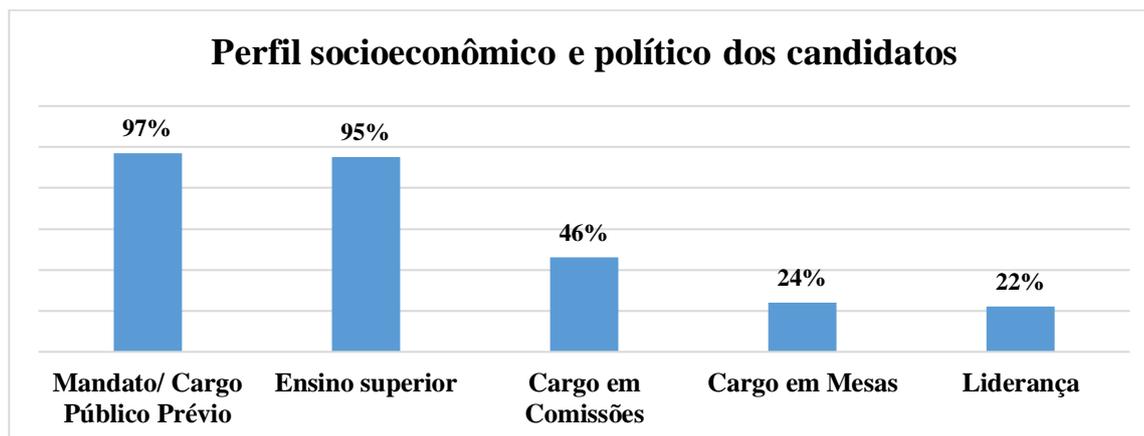
XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

Gráfico 3 - Grupo Itaúsa – Perfil socioeconômico e político dos candidatos apoiados – Doações a partir de R\$250 mil - Eleições 2010 e 2014.



Fonte: TSE. Elaboração própria.

Os dados da tabela indicam que dos três indicadores usados para capital político o mais importante deles é o exercício prévio de mandato ou cargo público, um total de 97% dos 42 campeões de doações. O perfil político aponta para a relevância dos candidatos no universo da administração pública, 46% deles já participaram em alguma comissão, 24% foram membros de mesas diretoras, enquanto 22% atuam como líderes ou vice-líderes dentro das casas.

Quanto ao perfil socioeconômico dos candidatos, 97% são homens e 95% possuem curso superior. Entre as profissões declaradas, predominam advogados (sete casos), economistas (seis), empresários e jornalistas (cinco cada um) que em conjunto representam 23 casos entre os 42.

A seguir apresentamos um sociograma que complementa a análise por meio de uma visualização que representa partidos e seus candidatos contemplados com maiores doações do Grupo Itaúsa nas eleições de 2014 (gráfico 4). A representação está ponderada pelo volume de recursos recebidos pelo candidato e são identificados os que receberam valores acima de R\$ 200 mil reais.



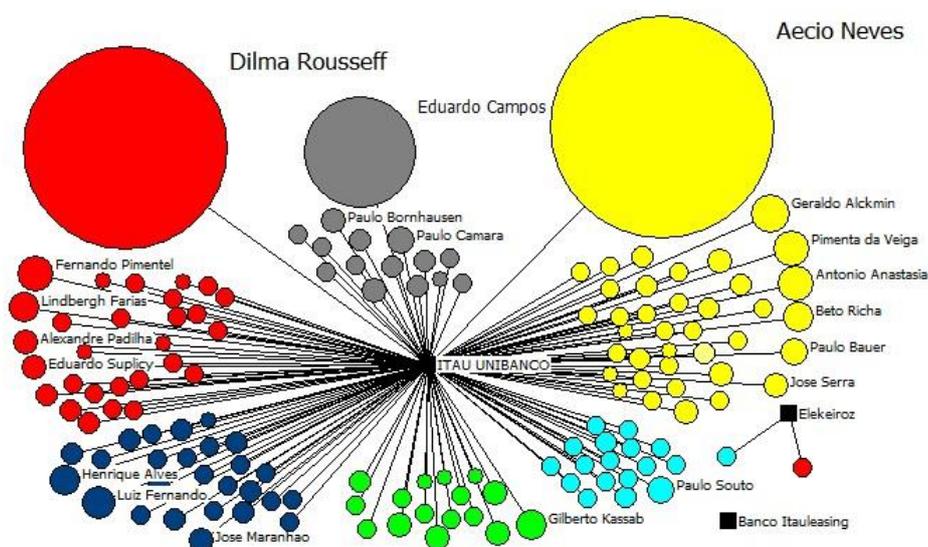
XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

Gráfico 4 – Sociograma: Doações do Grupo Itaúsa – Partidos principais e candidatos – Eleições de 2014.



Fonte: TSE. Elaboração própria com Ucinet6 e NetDraw.

Legendas - Quadrado: empresas do Grupo. Círculos: candidatos.

Partidos: Amarelo: PSDB; Vermelho: PT; Cinza: PSB; Azul turquesa: PMDB; Verde: PSD; Azul Marinho: DEM.

Valores recebidos pelos candidatos presidenciais (em R\$): Aécio Neves – 4.400.000,00; Dilma Rousseff – 4.000.000,00; Eduardo Campos 2.000.000,00.

IV. Conclusões

Observou-se no caso do grupo Itaúsa uma significativa participação no financiamento eleitoral, considerando-se o volume das doações e sua distribuição abrangente em termos de partidos, cargos e estados, mas ao mesmo tempo uma clara preferência partidária e concentração de recursos nas eleições para cargos executivos (presidente e governador) e candidatos de maior capital político nas eleições legislativas. A disparidade no processo de financiamento eleitoral é apontada pela literatura. Embora não sendo fator determinante, o fator econômico possui grande influência sobre os



XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

resultados eleitorais, conforme apontam pesquisas de autores como Cervi (2010) que analisou as eleições de 2008 nas capitais e constatou que “as campanhas que contaram com maior volume de recursos tenderam a obter mais votos e tiveram maiores chances de vitória, independentemente de ideologia partidária, localização regional da disputa ou IDH do município” (CERVI, 2010, p.163).

Ficou claro a concentração de doações em alguns partidos que parecem ser centrais na estratégia de doações do grupo, isso contribui para criar uma assimetria econômica no processo eleitoral. A disparidade cresce ao longo dos ciclos eleitorais, criando uma elite econômica entre os partidos, o que acaba influenciando e até mesmo condicionando as possibilidades competitivas na disputa eleitoral. Desenvolve-se assim, uma disputa assimétrica que leva a polarização e diminui as possibilidades de uma representatividade ampla que englobe todos os setores da sociedade. Essa estratégia fica clara com a mudança dos partidos entre uma eleição e outra. Novos partidos ganham destaque nas doações em 2014, como é o caso do PSD (fundado em 2011), e outros, mais antigos no processo político, receberam apoio significativo na estratégia do Grupo Itaúsa, notadamente o PSB. A mudança na estratégia em 2014 privilegia o Congresso Nacional, que acabaria sendo palco fundamental para a aprovação do impeachment da presidenta Dilma Rousseff. Na eleição de 2010 dois candidatos à presidência foram apoiados (Dilma e Jose Serra), em 2014, o grupo apoiou três candidatos. Neste ano o PSB torna-se grande recebedor de doações através do apoio dado a Eduardo Campos, tido no início das eleições como alternativa a Aécio Neves em uma oposição viável a Dilma. Embora a maior parte das doações feitas ao PSB tenham sido direcionadas a Eduardo Campos, um número expressivo de candidatos a Legislatura e filiados ao PSB passaram a ser apoiados em 2014, algo que não ocorreu em 2010.

Com relação às doações concentradas em candidatos com maior capital político – identificado através de pertença a comissões, mesas diretoras e posição de liderança e vice dos partidos nas casas, além de mandatos e cargos públicos anteriores – os dados tendem a confirmar o que foi constatado por outras pesquisas como a de Santos (2009).

Ficou clara a estratégia de doações a candidatos com grande capital político. Com um grande partido, o PSDB, tido como de centro, sendo o grande campeão de doações, seguido do PT



XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

provavelmente por ser o partido que ocupava o governo durante o período analisado, mas que em análise mais profunda não recebe tanto apoio quanto o volume de financiamento poderia indicar. Ao fim da pesquisa parece possível indicar um padrão estratégico de financiamento eleitoral do grupo financeiro Itaúsa. As doações são concentradas no núcleo financeiro do grupo (Itaú Unibanco), realizadas de forma a contemplar um número amplo de partidos e candidatos, mas ao mesmo tempo com valores fortemente concentrados em alguns poucos partidos, tanto do governo como da oposição no período, com maior preferência por uma legenda (no caso o PSDB). Essa “pulverização seletiva” pode minimizar riscos do investimento e embora manifeste uma clara preferência político-ideológica apresenta um caráter bastante pragmático ao considerar os potenciais candidatos ao poder.

VI. Bibliografia

CERVI, E. U. Financiamento de campanhas e desempenho eleitoral no Brasil: análise das contribuições de pessoas físicas, jurídicas e partidos políticos às eleições de 2008 nas capitais de Estado. **Revista Brasileira de Ciência Política**, v., n. 4, p. 135–167, 2010.

GRANOVETTER, Mark. Business Groups. In: SMELSER, Neil J. e Swedberg, Richard (eds) 1994. **The Handbook of Economic Sociology**. Princeton, N.J., Princeton University Press, pp. 453-475.

MANCUSO, W. P. Investimento eleitoral no Brasil: balanço da literatura (2001-2012) e agenda de pesquisa. **Revista de Sociologia e Política**, v. 23, n. 54, p. 155–183, 2014.

PORTUGAL JR., J. G. (Org.). **Grupos econômicos: expressão institucional da unidade empresarial contemporânea**. São Paulo: FUNDAP/IESP, (Estudos de Economia do Setor Público, 2), 1994.

SANTOS, Rodrigo Dolandeli dos. **A Economia Política das Eleições 2002. Um Estudo Sobre a Concentração de Financiamento de Campanha para Deputado Federal**. 2009. 165 f. Tese (Doutorado) - Curso de Ciência Política, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2009. Disponível em: <<http://www.uff.br/dcp/wp-content/uploads/2011/10/Dissertação-de-2009-Rodrigo-Dolandeli-dos-Santos.pdf>>. Acesso em: 14 out. 2016.

SPECK, B. W.; MARCIANO, J.L.P. O perfil da Câmara dos Deputados pela ótica do financiamento privado das campanhas. In: André Sathler; Ricardo Braga. (Org.). **Legislativo pós-1988: reflexões e perspectivas**. 1 ed. Brasília: Câmara dos Deputados, 2015, v. 1, p. 267-293.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. Sistema de Prestação de Contas Eleitoral 2010, 2012 e 2014. Disponíveis respectivamente em:

,<http://inter01.tse.jus.br/spceweb.consulta.receitasdespesas2012/abrirTelaReceitasCandidato.action/>



**XXXI CONGRESO ALAS
URUGUAY 2017**

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

>.

,<http://inter01.tse.jus.br/spceweb.consulta.receitasdespesas2014/abrirTelaReceitasCandidato.action/>.

,<http://spce2010.tse.jus.br/spceweb.consulta.receitasdespesas2010/abrirTelaReceitasCandidato.action/>. Acessos em: 11 mai.2015