

REDES DE PARTIDOS POLÍTICOS TECIDAS POR FINANCIADORES: UM ESTUDO DAS ELEIÇÕES DE 2010 NO BRASIL

RODRIGO ROSSI HOROCHOVSKI
IVAN JAIR JUNCKES
EDSON ARMANDO SILVA
JOSELI MARIA SILVA
NEILOR FERMINO CAMARGO

RESUMO

Como investigar as conexões financeiras entre diferentes partidos políticos? O que elas revelam sobre as estratégias dos diferentes financiadores dos partidos nas eleições de 2010 no Brasil? Tais questões são respondidas neste artigo. Para tanto, analisamos 299.968 transações financeiras/relacionamentos entre 251.665 doadores e receptores de R\$ 4.803.641.442,00 no referido pleito. A metodologia de análise de redes sociais (ARS) permitiu a projeção e investigação dos fluxos entre os financiadores e financiados que participaram do pleito em um enfoque complementar às perspectivas embasadas na análise estatística de atributos de candidatos ou grupos, presentes na maioria dos estudos de ciência política sobre o tema. Os resultados da pesquisa evidenciam uma função de triangulação de recursos exercida pelos agentes partidários e o empoderamento das direções partidárias no sentido de protagonizar a alocação de recursos vitais, tornando-se, assim, peças-chave no jogo político-eleitoral. Adicionalmente, financiadores de diferentes tipos priorizam objetivos distintos dentro da rede: pessoas físicas forjam comunidades partidárias com maior consistência ideológica; as comunidades construídas pelas empresas guardam relação direta com o desempenho futuro das agremiações no pleito; os partidos, quando doam, privilegiam a montagem de coligações que correspondem às coalizões vindouras de governo e oposição em nível nacional. As correlações entre financiamento e resultados eleitorais reforçam tais achados.

PALAVRAS - CHAVE

Financiamento eleitoral; partidos políticos; análise de redes sociais (ARS); eleições 2010; Brasil.

NETWORKS OF POLITICAL PARTIES WOVEN BY FUNDERS: A STUDY OF THE 2010 ELECTIONS IN BRAZIL

ABSTRACT

How to investigate the financing connections between different political parties? What do they reveal about the strategies of different parties' funders in 2010 elections in Brazil? These questions are answered in this article. Therefore, we analyzed 299,968 financial transactions/relationships between 251,665 donors and recipients of an amount of R\$ 4,803,641,442.00 in that election. The social networks analysis methodology (SNA) enabled the projection and investigation of flows between funders and recipients who participated in the election in a complementary approach to perspectives grounded in statistical analysis of candidates or groups attributes present in most political science studies on the subject. The research results show a resource triangulation function performed by the party agents as well as the party leaders' empowerment in order to protagonize the allocation of vital resources, becoming thus key players in the political-electoral game. Additionally, different types of funders prioritize distinct objectives within the network: individuals forge party communities with greater ideological consistency; communities built by companies are directly related to the future parties' performance in the election; when parties donate they privilege the coalition assemblies that correspond to the forthcoming government and opposition coalitions at the national level. The correlations between funding and election results reinforce these findings.

KEYWORDS

Electoral funding; political parties; social network analysis (SNA); 2010 elections; Brazil.

SOBRE OS AUTORES

RODRIGO ROSSI HOROCHOVSKI

Doutor em Sociologia Política (UFSC), professor do curso de Gestão Pública e dos Programas de Pós Graduação em Ciência Política e em Desenvolvimento Territorial Sustentável da Universidade Federal do Paraná (UFPR).

Contato: rodrigorh@ufpr.br.

IVAN JAIRO JUNCKES

Doutor em Sociologia Política (UFSC), professor do curso Gestão Pública e do Programa de Pós Graduação em Desenvolvimento Territorial Sustentável da Universidade Federal do Paraná (UFPR).

Contato: ivanjj@ufpr.br.

EDSON ARMANDO SILVA

Doutor em História (UFF), professor do curso de História e do Programa de Pós-graduação em História da Universidade Estadual de Ponta Grossa – UEPG.

Contato: edameister@gmail.com.

JOSELI MARIA SILVA

Doutora em Geografia (UFRJ), professora do curso de Geografia e do Programa de Pós-graduação em Gestão do Território da Universidade Estadual de Ponta Grossa – UEPG.

Contato: joseli.genero@gmail.com.

NEILOR FERMINO CAMARGO

Mestre em Tecnologia da Informação (UFPR), professor do curso de Informática e Cidadania da Universidade Federal do Paraná (UFPR).

Contato: camargon@gmail.com.

SUBMETIDO EM

Agosto de 2015.

APROVADO EM

Novembro de 2015.

1 - INTRODUÇÃO

Este artigo¹ responde, de forma inédita, algumas questões sobre o relacionamento interpartidário no Brasil. Exploramos a estrutura das campanhas de financiamento eleitoral para investigar o que as conexões entre os partidos políticos brasileiros revelam sobre as estratégias dos diferentes agentes de financiamento nas eleições de 2010 no país. Tais relações moldam uma topologia e permitem projeções que revelam posicionamentos e movimentos dos atores da rede de acordo com sua capacidade de influenciar o jogo eleitoral a partir do financiamento político.

O método utilizado é a análise de redes sociais (ARS), a partir do qual adotamos um enfoque complementar às perspectivas baseadas em atributos individuais de candidatos ou grupos, presentes na maioria dos estudos empíricos sobre financiamento de campanha na ciência política. A investigação concentrou-se nos dados de prestação de contas divulgados pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE) relativos a todos os cargos em disputa naquelas eleições, em todas as unidades da federação². A rede resultante é composta por 251.665 nós/agentes, subdivididos nos tipos listados na Tabela 1. A interconexão entre esses agentes é resultado de 299.968 relacionamentos/doações, que, na linguagem de redes, chamamos de arestas e cujo valor/peso total soma R\$ 4.803.641.442,00. Dentre esse montante, estão R\$ 477.466.327,00 na forma de autodoações (loops) realizadas por 9.562 candidatos e 159 agentes partidários.

Tabela 1 - Doações de agentes da rede de financiamento
- Eleições 2010

Tipo de agente / doador	Agentes (N)	Agentes (%)	Valores doados (R\$)	Valores doados (%)
Financiadores pessoas físicas (PFs)	207.827	82,6%	426.126.412	8,9%
Financiadores pessoas jurídicas (PJs)	21.719	8,6%	2.309.307.409	48,1%
Agentes partidários (AGPs)*	542	0,2%	1.526.838.290	31,8%
Candidatos (inclui auto-doação)	21.577	8,6%	541.369.331	11,3%
TOTAL	251.665	100,0%	4.803.641.442	100,0%

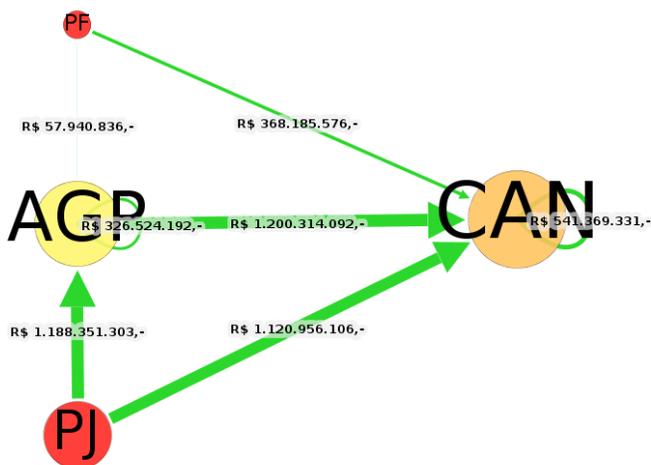
*Neste estudo, denominamos agentes partidárias todos os diretórios dos partidos e comitês financeiros únicos ou de candidaturas individuais. Fonte: elaboração dos autores, com dados do TSE (Brasil 2010).

1 Resultado de pesquisa que contou com apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e da Fundação Araucária (FA), do Paraná. Versão preliminar do texto foi apresentada no Grupo de Trabalho “Financiamento do sistema partidário e eleitoral nas democracias contemporâneas”, durante o 38o Encontro da ANPOCS, em 2014. Agradecemos ao debatedor da sessão, Manoel Leonardo Santos, os valiosos comentários e sugestões.

2 As planilhas com os dados podem ser encontradas em <http://www.tse.jus.br/eleicoes/estatisticas/repositorio-de-dados-eleitorais>.

A Figura 1 expressa a agregação dos relacionamentos por tipo de agente na rede de financiamento das eleições de 2010. Os nós estão dimensionados pelo peso/valores de entrada e/ou saída (*weighted degree* na linguagem de redes) e as espessuras das arestas correspondem aos seus fluxos de recursos financeiros. Este grafo ilustra o fluxo típico de recursos no pleito examinado e a sua visualização possibilita identificar o papel determinante dos partidos como intermediadores e mesmo de ocultadores de recursos, na medida em que os valores recebidos por eles são integralmente repassados aos candidatos tornando, entretanto, invisível a relação direta entre os interesses privados dos doadores e os candidatos que recebem os recursos. Naquela eleição, os partidos não eram obrigados a declarar as origens dos recursos que compunham estas doações, o que aconteceria somente a partir da Resolução n. 23.406/2014, do TSE. No entanto, é possível afirmar, a partir da consulta das doações diretas de empresas para candidatos, que as candidaturas com maior acesso a recursos praticamente coincidem nas duas listas.

Figura 1 - Grafo da rede de financiamento das eleições de 2010 no Brasil, agregado por tipo de agente



Legenda: CAN: Candidatos(as); PJ: Pessoas Jurídicas; PF: Pessoas Físicas
AGP: Agentes Partidários. Fonte: elaboração dos autores, com dados do TSE (Brasil 2010)

Para a operacionalização da pesquisa, combinamos apenas ferramentas gratuitas. O tratamento inicial das informações de prestação de contas divulgadas pelo TSE foi realizado com o gerenciador de banco de dados *PostgreSQL* e o programa *Calc* da suíte de escritório *Libreoffice*. Empregamos o software *Gephi 0.8.4* para a

geração e os cálculos de redes e o programa *Past* para os testes de regressão linear relacionando a topologia da rede de financiamento aos resultados eleitorais.

Uma dificuldade inicial do estudo foi a necessidade de reorganizar as informações em um banco de dados com 4,6 milhões de registros e utilizar técnicas de mineração de dados para superarmos algumas barreiras. A principal delas referia-se à necessidade de gerar um identificador único para cada ator. Os dados disponíveis no TSE não permitiam tal identificação e foi necessário um extenso trabalho de conexões por nome, CPF e CNPJ. O tratamento de dados permitiu, além do reconhecimento preciso e unívoco de cada participante do processo, a prospecção dos relacionamentos entre os financiadores privados e os comitês financeiros e diretórios partidários e entre estes e os(as) candidatos(as). Com isso pudemos, de forma inédita, calcular e demonstrar em grafo o papel hegemônico exercido pelos agentes partidários na condição de recebedores e financiadores das campanhas eleitorais.

O artigo está dividido em três partes. A primeira constitui breve abordagem da literatura sobre o financiamento eleitoral no Brasil e o potencial de investigação da ação dos agentes partidários no processo. A seção posterior traz uma descrição e uma análise da rede de financiamento de 2010, com as quais demonstramos como os três diferentes tipos de atores que financiam os partidos e candidaturas – pessoas físicas, pessoas jurídicas e agentes partidários – desempenham papéis nitidamente distintos na referida rede. Nas considerações finais, tratamos de algumas implicações dos achados da investigação para o jogo eleitoral no Brasil e propomos alguns delineamentos para a continuidade do estudo.

2 - O FINANCIAMENTO ELEITORAL E O PAPEL DOS AGENTES PARTIDÁRIOS

Dinheiro importa e esta máxima é particularmente verdadeira quando se trata de eleições. Conforme Daniel Zovatto (2005), diversos estudos comprovam a forte correlação entre financiamento de campanha e o desempenho de candidatos e partidos. O tema ganha importância na medida em que, em uma democracia representativa, as eleições são o principal meio de conquista de posições na estrutura organizacional do Estado. Grupos de interesses se articulam para conquistar essas posições visando influir ativamente nas políticas públicas e, em consequência, na alocação de recursos que, no caso brasileiro, somam dois trilhões de reais, o que representa mais de um terço do Produto Interno Bruto (PIB) do país.

Para Adla Bourdoukan (2009), a despeito de sua importância, o campo de pesquisas sobre financiamento político é relativamente árido, dado que manter ocultas as relações configuradas pelas doações de campanha constitui estratégia dos participantes do processo para garantir a manutenção de uma dinâmica polí-

tica que vincula as políticas públicas ao financiamento eleitoral³. Todavia, estudos eleitorais desenvolvidos por diversos autores têm enfrentado o tema diante da centralidade do financiamento político para os resultados das eleições e em função da disponibilidade (ainda que segmentada) de dados pela organização que coordena as eleições no Brasil, o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) (Fleischer 2002; Zovatto 2005; Abramo 2005; Rubio 2004, 2005; Bourdoukan 2009; Cervi 2010; Lemos, Marcelino e Pederiva 2010; Peixoto 2010; Sacchet e Speck 2012; Speck e Mancuso 2014).

De acordo com Emerson Cervi (2010), apesar de recente, a relevância do tema do financiamento eleitoral tem crescido de modo consistente nos últimos anos. Para o autor, merece destaque a produção sobre fontes de recursos e as vantagens e desvantagens do uso de financiamento privado ou estatal de campanhas eleitorais. O debate refere-se à necessidade de candidatos eleitos serem responsáveis aos apoiadores de suas campanhas, por meio da retribuição às doações feitas mediante concessões a interesses específicos de empresas ou segmentos privados.

A despeito dos avanços obtidos no campo de investigação em questão, trabalhos como os de Maria do Socorro Braga e Bourdoukan (2009), Vitor Peixoto (2010) e Wagner Mancuso (2012), que trazem balanços da produção, mencionam poucos estudos que integrem atores centrais à discussão, quais sejam, os comitês financeiros e os diretórios, que ao longo deste texto serão denominados de agentes partidários. Mancuso (2012: 27) aponta que “a maior parte dos trabalhos analisa a relação entre investimentos e resultados eleitorais em geral, independentemente do partido ou da coligação a que pertencem os candidatos. Há espaço para estudos que investiguem eventuais diferenças entre partidos e coligações quanto à natureza da relação entre as variáveis.”

Faz-se, portanto, necessária uma metodologia para capturar o papel dos agentes partidários e de sua posição na rede de relações engendrada pelas doações de campanha. Trata-se, aqui, de conceber a rede de financiamento de forma escalar na medida em que os processos configuram-se em escalas de forma simultânea e fluida, de modo que visualizar determinada escala possibilita também visualizar, metodologicamente, elementos que podem estar encobertos em outras escalas (Sheppard e McMaster 2004). É o que parece ocorrer com os agentes partidários.

Exercendo evidente mediação na captação e distribuição de recursos, no fortalecimento ou no enfraquecimento de candidaturas, os agentes partidários têm sido pouco explorados. Bem mais que apontá-los como “ocultadores” de recursos no

3 Faz-se necessário reconhecer esforços empreendidos pela Transparência Brasil, o Instituto Ethos e a Transparency International, com diversas informações sobre os recursos envolvidos nas campanhas eleitorais, a participação dos partidos políticos, a distribuição de recursos financeiros por estados da Federação e seus respectivos financiadores.

jogo eleitoral (posição comumente assumida por formadores de opinião), é possível mapeá-los e analisá-los como receptores-doadores ativos desses recursos nesse campo.

Em estudos recentes (Horochovski e Junckes 2014; Junckes et al. 2015), identificamos e analisamos os atores centrais e periféricos da rede de financiamento eleitoral de 2010. A partir das clivagens regionais, partidárias e de gênero, logramos prospectar os agentes que estendem seus interesses para além da dimensão estadual e visualizar os atores cujos interesses transcendem os da agremiação partidária. Assim organizada, a análise de redes sociais permite uma descrição topológica e da modularidade (comunidades) das relações de poder que se revelam através dos financiamentos eleitorais. Demonstramos também a potencialidade dos estudos por agregação de atributos tanto dos agentes (nós da rede) – por exemplo, gênero, ocupação e escolaridade – como também dos relacionamentos (arestas da rede), assim como aplicar medidas de associação e correlação entre as variáveis da grande rede de financiamento e os resultados eleitorais.

Como vimos, tem sido possível identificar o posicionamento de cada um e todos os atores na rede de financiamento eleitoral, especialmente por cálculos de centralidades nos relacionamentos. O acúmulo das pesquisas permite questionar e investigar o papel dos partidos políticos em mediação constituída pelos financiadores privados e agentes partidários. No presente trabalho, trazemos dados que o demonstram.

3 - AS CONEXÕES ENTRE DOADORES E PARTIDOS: UM DIMENSIONAMENTO DA REDE GERAL DE 2010

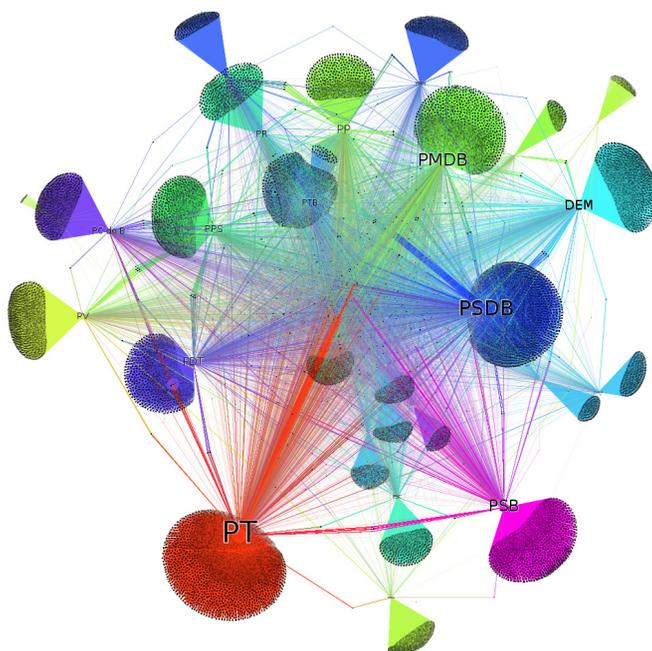
Nossas análises exploram o componente gigante da rede de financiamento das eleições de 2010, o qual reúne 95,3% dos participantes (239.975 nós) conectados entre si por 98,5% dos inter-relacionamentos existentes na rede geral de 2010. Em redes, componente é um conjunto de nós conectados, de modo que é possível chegar a um determinado ponto, direta ou indiretamente, partindo-se de qualquer outro ponto do mesmo componente. Redes complexas, formadas por milhares de atores e vínculos, tendem a sempre apresentar um componente gigante, que usualmente congrega cerca de 90% dos nós e quase a totalidade das arestas, além de concentrar todos os nós que exercem centralidade. Em geral, a análise dos demais componentes justifica-se quando o foco é a periferia da rede, o que não é o caso desta pesquisa.

O componente gigante da rede de financiamento preserva a quase integralidade dos candidatos eleitos e dos agentes partidários, assim como uma proporção expressiva dos financiadores pessoas jurídicas, o que, por si só, sinaliza seu papel

central. Neste componente, são encontrados 1.625 candidatos(as) eleitos(as), ou seja, 98,4% dos cargos em disputa, de modo que estar no componente gigante é praticamente condição *sine qua non* para o sucesso eleitoral.

A ênfase do trabalho recai sobre a (meta)conexão entre os partidos estabelecida através dos financiadores dos candidatos, ou seja, interessa-nos explorar a dimensão do comprometimento gerado entre diferentes partidos em função dos doadores/investidores que conectam esses partidos através de suas doações/interesses. Adota-se, desse modo, o pressuposto da teoria da grupabilidade (*clusterness*) de que nas relações internas em um bloco o amigo de meu amigo apresenta alta probabilidade de também ser meu amigo (Lemieux e Ouimet 2004). Para explorar tais conexões, geramos inicialmente uma rede bipartite⁴ substituindo todos os financiados/receptores, tanto candidatos quanto agentes partidários, por seus partidos de pertencimento. A Figura 2, a seguir, mostra o grafo *dual-mode* resultante com todos os financiadores e recebedores agregados por partido.

Figura 2 - Grafo da rede *dual-mode* financiadores-partidos (componente gigante) eleições 2010



Fonte: elaboração dos autores, com dados do TSE (Brasil 2010)

4 Sobre redes bipartite, *dual-mode/one-mode*, ver especialmente Newman (2010: 123-6)

A rede *dual-mode* financiadores-financiados por partidos visualizada acima é composta de 227.263 nós (doadores e/ou receptores) e 246.416 arestas/relacionamentos. As doações recebidas pelos candidatos e agentes partidários agregados por partido somam R\$ 4.312.757.788,00. A Tabela 2, ordenada por valores recebidos, mostra como esses recursos estão distribuídos entre as legendas. Agregamos colunas com o número e o percentual de eleitos para mostrar como as posições dos partidos em termos de quantidades e valores de doações e desempenho eleitoral praticamente coincidem.

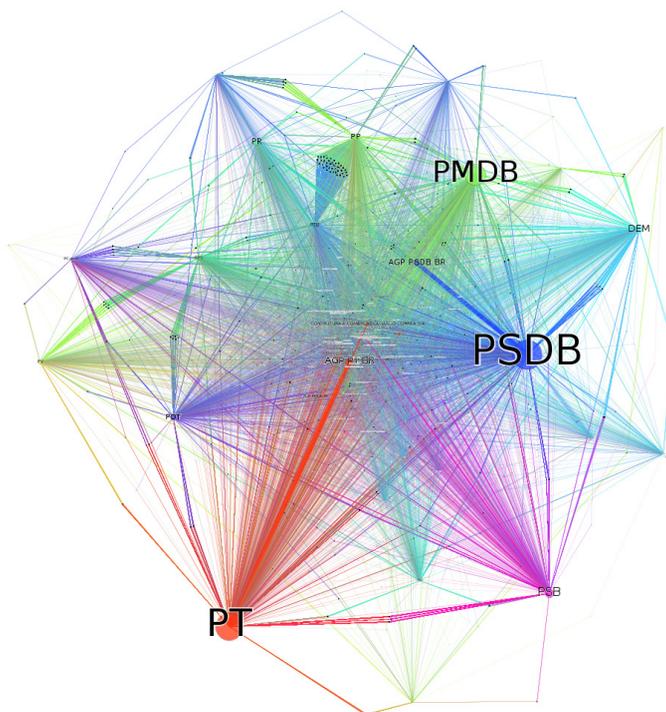
Tabela 2 - Volume de doações destinadas aos candidatos e agentes partidários agregados por partido

Partido	Doações recebidas (N)	Doações recebidas (%)	Valores recebidos (R\$)	Valores recebidos (%)	Eleitos (N)	Eleitos (%)
PSDB	26.656	10,8%	993.985.447	23,05%	186	11,4%
PT	38.422	15,6%	908.494.756	21,07%	250	15,4%
PMDB	21.990	8,9%	705.923.022	16,37%	242	14,9%
PSB	20.513	8,3%	278.566.557	6,46%	116	7,1%
DEM	17.185	7,0%	232.604.652	5,39%	121	7,4%
PR	10.702	4,3%	185.828.940	4,31%	100	6,2%
PDT	13.645	5,5%	178.266.481	4,13%	105	6,5%
PP	13.960	5,7%	169.271.644	3,92%	96	5,9%
PTB	10.817	4,4%	117.594.222	2,73%	68	4,2%
PV	11.900	4,8%	112.320.629	2,60%	48	3,0%
PPS	12.310	5,0%	100.705.897	2,34%	49	3,0%
PC do B	10.197	4,1%	78.019.652	1,81%	34	2,1%
PSC	6.377	2,6%	72.684.784	1,69%	50	3,1%
PMN	6.277	2,5%	41.739.722	0,97%	26	1,6%
PRB	2.793	1,1%	27.947.359	0,65%	25	1,5%
PT do B	3.725	1,5%	17.638.295	0,41%	20	1,2%
PSL	4.016	1,6%	17.139.968	0,40%	19	1,2%
PHS	1.899	0,8%	13.736.533	0,32%	9	0,6%
PTC	2.119	0,9%	13.210.566	0,31%	8	0,5%
PTN	1.924	0,8%	12.470.473	0,29%	13	0,8%
PRP	1.979	0,8%	11.616.480	0,27%	15	0,9%
PRTB	1.938	0,8%	9.400.024	0,22%	11	0,7%
PSDC	1.282	0,5%	7.699.323	0,18%	6	0,4%
PSOL	2.979	1,2%	4.382.967	0,10%	8	0,5%
PSTU	722	0,3%	1.235.274	0,03%	0	0,0%
PCB	89	0,0%	274.121	0,01%	0	0,0%
TOTAL	246.416	100,0%	4.312.757.788	100,00%	1.625	100,00%

Fonte: elaboração dos autores, com dados do TSE (Brasil 2010).

Para melhor visualizar os financiadores conectores, os fluxos gerados e os partidos na rede exposta anteriormente, eliminamos os doadores que realizaram apenas uma doação, e portanto não conectam partidos. A resultante desta operação de redução em grau 2 é a exposição de um “esqueleto” de conectores composto por 12.320 agentes (5,4% dos nós da rede financiadores-partidos) que estabelecem entre si 31.473 relacionamentos (12,8 das arestas), conforme pode ser observado na Figura 3.

Figura 3 - Grafo dual-mode financiadores-partidos (componente gigante) eleições 2010 reduzido em grau 2

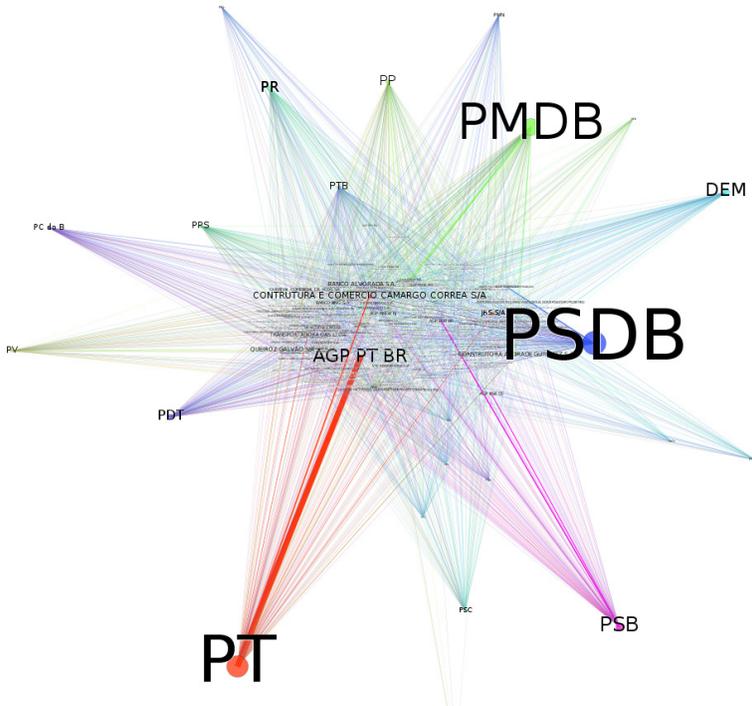


Fonte: elaboração dos autores, com dados do TSE (Brasil 2010)

Embora o trabalho de investigação esteja concentrado nos resultados dos relacionamentos que constituem o grafo exibido anteriormente, ou seja, sobre os doadores que realizaram duas ou mais doações conectando dois ou mais partidos, realizamos uma segunda redução, agora em grau 10, mantendo apenas 182 atores cujo número de distintos relacionamentos com partidos políticos é igual ou superior a dez. O resultado, bastante didático do que denominamos de estrutura de uma grande rede, pode ser observado na Figura 4, um grafo com 182 nós e 1.921 arestas.

Vale assinalar que esta redução – que elimina da rede 99,92% dos nós e 99,93% das arestas, ou seja, praticamente todos os atores e relacionamentos – preserva cerca de 1/3 dos recursos transacionados, confirmando o caráter assimétrico da rede de financiamento e a existência de um grupo reduzido de *players* decisivos, i.e., uma pequena elite do poder.

Figura 4 - Grafo dual-mode financiadores-partidos (componente gigante) eleições 2010 reduzido em grau 10

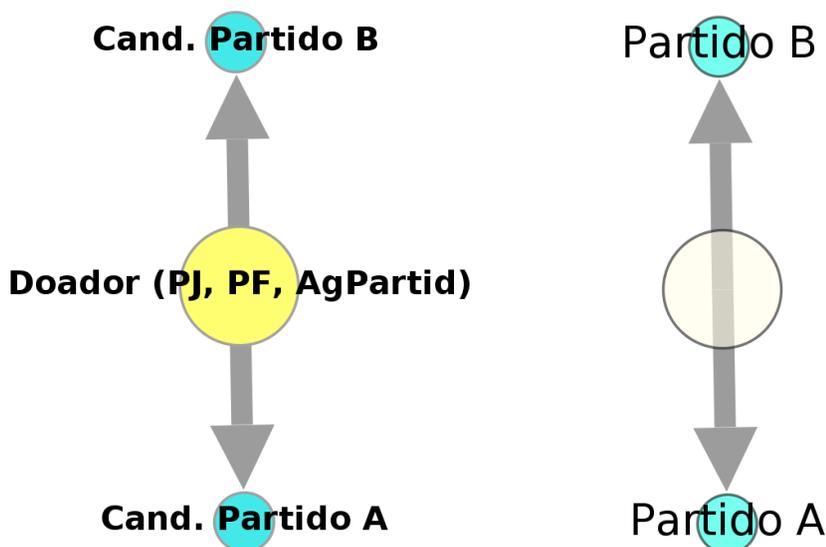


Fonte: elaboração dos autores, com dados do TSE (Brasil 2010)

A partir da rede dual mode financiadores-partidos reduzida em grau 2, geramos uma nova rede por meio da supressão dos financiadores que estão no meio dos caminhos entre os partidos, criando assim uma rede *one mode*⁵ partidos-partidos, na qual cada nó representando um financiador comum entre dois partidos foi projetado em uma aresta que conecta estes diretamente. A Figura 5, a seguir, ilustra de forma bastante simplificada o procedimento realizado.

5 Sobre o método de projeção *one-mode* ver Newman (2010: 123-127) (*Bipartite networks*).

Figura 5 - Modelo simplificado da transformação dual
mode - one mode



Fonte: elaboração dos autores, com dados do TSE (Brasil 2010)

4 - AS CONEXÕES ENTRE DIFERENTES PARTIDOS FORMADAS PELOS AGENTES FINANCIADORES: AS REVELAÇÕES DA PROJEÇÃO *ONE-MODE*

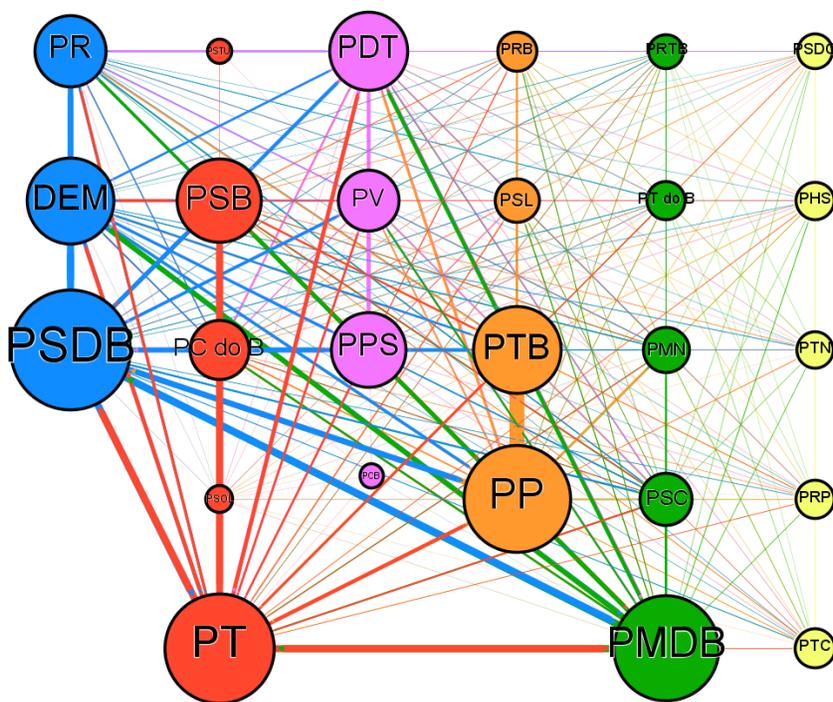
Exploramos a nova rede *one-mode* de partidos-partidos interligados pelos financiadores aplicando o cálculo de modularidade de classe⁶. Com isso, identificamos comunidades de partidos formadas/forjadas por todos os tipos de financiadores – cada uma delas está identificada por uma cor. A Figura 6, a seguir, mostra o grafo resultante da ligação partidos-partidos através de todos os financiadores pessoas físicas, pessoas jurídicas (no caso, empresas privadas) e agentes partidários.

No geral, os financiadores das campanhas em 2010, ao conectar as agremiações, moldaram comunidades que reúnem siglas com razoável, quando não expressiva identidade ideológica, podendo levar à incorreta inferência de que o financiamento de campanha no Brasil é ideologicamente orientado. Importante observar, contudo, que em função da redução típica de uma rede *one mode*, é possível considerar para os cálculos de peso apenas o número de doações (e não seu valor). Assim,

6 Sobre modularidade de classe ver Newman (2010: 354-92) (*graph partitioning e community detection*).

a modularidade geral expressa na figura anterior apresenta um viés em relação à realidade do financiamento daquela eleição devido ao número muito superior de pessoas físicas, embora o volume doado por elas seja muito inferior ao transacionado por empresas e partidos. Desse modo, para fins analíticos, torna-se necessário explorar separadamente as redes formadas por cada um dos tipos de financiadores, ou seja, pessoas físicas, pessoas jurídicas e agentes partidários (comitês financeiros e direções partidárias).

Figura 6 - Grafo one mode partidos-partidos através de todos os tipos de financiadores (classificado por weighted degree, distribuição Multipartited Layout/Modularidade de classe)*

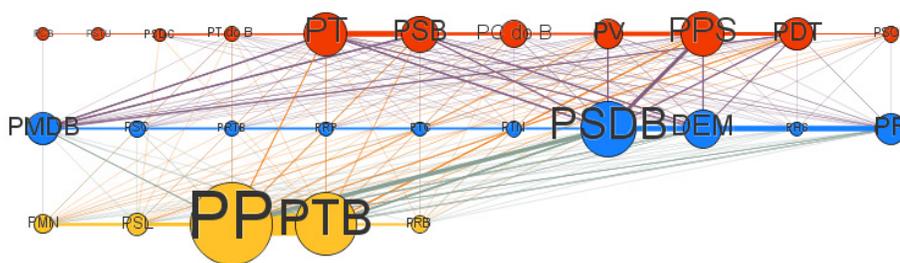


*Resolução de modularidade de classe = 0,5, geração de 6 comunidades).
Fonte: elaboração dos autores, com dados do TSE (Brasil 2010)

A modularidade da rede de partidos conectados por pessoas físicas – indivíduos de carne e osso com paixões, valores e normatividades – indica que estas claramente conectam os partidos por identidade ideológica (Figura 7), em geral doando para agremiações da mesma família partidária, classificadas aqui no espectro

esquerda-direita à luz de diversos trabalhos (Rodrigues 2002; Tarouco e Madeira 2013; Costa, Bolognesi e Codato 2015). Aplicando cálculo com resolução = 1.05 e com peso de arestas ativado (*Use edge weights: On*), obtivemos três comunidades, razoavelmente distintas e que podem ser identificadas dentro de blocos ideológicos. É importante observar que essas comunidades formadas por 82,6% dos doadores listados no componente gigante da rede de financiamento eleitoral de 2010 apresentam relação modesta com os resultados das eleições quando as comparamos com as comunidades moldadas pelas empresas (voltaremos ao tema adiante).

Figura 7 - Grafo *one mode* partidos-partidos através de financiadores PF



Fonte: elaboração dos autores, com dados do TSE (Brasil 2010)

Na rede de partidos interconectados por financiadores pessoas físicas, 24 agremiações estão conectadas com dez ou mais partidos e apenas duas delas (PCB e PSTU) têm um número menor que este de interconexões. Isso significa que as pessoas físicas, que em geral realizam poucas doações, quando não apenas uma, conjuntamente promovem uma razoável interconexão partidária. Encontramos cinco partidos (PP, PTB, PSDB, PPS e PT) com graus ponderados (neste caso, o número de doadores em comum com os demais partidos) entre 6.260 e 2.718⁷, que concentram 55,8% de todas as 36.044 conexões existentes. A tabela 3, a seguir, traz as 20 conexões mais numerosas entre os partidos estabelecidas por pessoas físicas.

Ao mesmo tempo em que forjam comunidades ideológicas, as pessoas físicas que financiam as eleições não foram muito bem-sucedidas na escolha dos partidos mais competitivos, conforme mostra a Tabela 4, ordenada por comunidades. É possível afirmá-lo a partir de um teste de regressão linear simples, relacionando o

7 Na rede analisada, cada grau 1 em uma aresta representa um doador que conecta dois partidos. Se entre esses dois partidos houver 50 doadores em comum, o peso da aresta correspondente será 50. O grau ponderado (*Weighted Degree*) são os pesos somados das arestas de um nó. Informações adicionais podem ser obtidas em Newman (2010: 354-392).

número de candidatos eleitos por partidos com o grau ponderado de cada agremiação na rede em questão – para este procedimento, consideramos o grau ponderado um *proxy* da conectividade dos agentes e o denominamos conexão. Como resultado, obtivemos uma correlação fraca entre essas variáveis ($R^2=0,34$). O gráfico a seguir (Figura 8) permite visualizar as posições dos partidos, com alguns *outliers* importantes, sejam partidos com uma alta proporção de eleitos em relação à conectividade estabelecida pelas pessoas físicas (PT e PMDB), sejam exemplos contrastantes, em que as conexões não se converteram em mandatos na mesma proporção que outros partidos (PPS, PTB e PP).

Tabela 3 - Doações realizadas por pessoas físicas para dois partidos (ranking = 20)

Conexão		Doações em comum (N)	Doações em comum (% do total da rede)
PTB	PP	1716	9,52%
PSB	PT	394	2,19%
PR	PSDB	382	2,12%
PV	PPS	326	1,81%
PPS	PDT	287	1,59%
PSL	PP	282	1,56%
PP	PSDB	279	1,55%
DEM	PSDB	267	1,48%
PPS	PSDB	245	1,36%
PC do B	PT	195	1,08%
PMN	PP	187	1,04%
PRB	PP	156	0,87%
PC do B	PPS	148	0,82%
DEM	PMDB	134	0,74%
PSB	PMDB	122	0,68%
PSDB	PT	118	0,65%
PMDB	PT	114	0,63%
PPS	DEM	110	0,61%
PMDB	PSDB	109	0,60%
PV	PSDB	108	0,60%

Fonte: elaboração dos autores, com dados do TSE (Brasil 2010).

Tabela 4 - Eleitos e conexões por partido conectado por pessoas físicas

Partido	Ideol.	Comun.	Eleitos (N)	Eleitos (%)	Ranking Eleitos	Conexões (N)	Conexões (%)	Ranking conexões
PC do B	E	1	34	2,1%	13	1.250	3,5%	12
PCB	E	1	0	0,0%	24	12	0,0%	26
PDT	E	1	105	6,5%	6	1.804	5,0%	8
PPS	E	1	49	3,0%	11	2.814	7,8%	4
PSB	E	1	116	7,1%	5	2.098	5,8%	7
PSDC	D	1	6	0,4%	23	54	0,1%	24
PSOL	E	1	8	0,5%	22	280	0,8%	17
PSTU	E	1	0	0,0%	24	28	0,1%	25
PT	E	1	250	15,4%	1	2.718	7,5%	5
PT do B	D	1	20	1,2%	16	224	0,6%	19
PV	E	1	48	3,0%	12	1.464	4,1%	11
DEM	D	2	121	7,4%	4	2.236	6,2%	6
PHS	C	2	9	0,6%	21	128	0,4%	23
PMDB	C	2	242	14,9%	2	1.742	4,8%	9
PR	D	2	100	6,2%	7	1.642	4,6%	10
PRP	D	2	15	0,9%	18	142	0,4%	22
PRTB	D	2	11	0,7%	20	204	0,6%	20
PSC	D	2	50	3,1%	10	384	1,1%	16
PSDB	C	2	186	11,4%	3	3.884	10,8%	3
PTC	D	2	8	0,5%	22	162	0,4%	21
PTN	D	2	13	0,8%	19	228	0,6%	18
PMN	D	3	26	1,6%	14	584	1,6%	14
PP	D	3	96	5,9%	8	6.260	17,4%	1
PRB	D	3	25	1,5%	15	410	1,1%	15
PSL	D	3	19	1,2%	17	852	2,4%	13
PTB	D	3	68	4,2%	9	4.440	12,3%	2
TOTAL		***	1.625	100,0%	***	36044	100,0%	***

* E = esquerda; C = centro; D = direita. Fonte: elaboração dos autores, com dados do TSE (Brasil 2010).

A rede de partidos conectados por pessoas jurídicas é mais coesa que a constituída por pessoas físicas, com uma quantidade de arestas superior para uma quantidade muito inferior de nós. Apesar de representarem menos de 10% das pessoas físicas, as empresas doadoras estabelecem um número consideravelmente maior de interconexões partidárias: 42.744. As conexões mais frequentes ocorreram entre os maiores rivais da política brasileira: PSDB e PT, com grau ponderado 808. Nesta rede, à exceção de dois pequenos partidos de esquerda (PCB e PSTU), todos estão

como grandes rivais no jogo eleitoral brasileiro desde a década de 1990 – especialmente PT, de um lado, e PSDB e DEM, de outro. Igualmente emblemática é a presença do PMDB nesta comunidade gerada pela conexão das doações de empresas, a

Tabela 5 - Doações realizadas por pessoas jurídicas (PJs) para dois partidos (ranking = 20)

Conexão		Doações em comum (N)	Doações em comum (% do total da rede)
PT	PSDB	808	6,3%
PSDB	PMDB	755	5,9%
PT	PMDB	705	5,5%
PSDB	DEM	532	4,2%
PMDB	DEM	456	3,6%
PT	DEM	433	3,4%
PSDB	PSB	419	3,3%
PSDB	PP	416	3,3%
PT	PSB	409	3,2%
PP	PMDB	409	3,2%
PT	PP	377	3,0%
PSB	PMDB	366	2,9%
PSDB	PDT	343	2,7%
PT	PDT	341	2,7%
PMDB	PDT	333	2,6%
PSDB	PR	297	2,3%
PSDB	PPS	294	2,3%
PR	PMDB	278	2,2%
PT	PR	276	2,2%
PTB	PSDB	273	2,1%

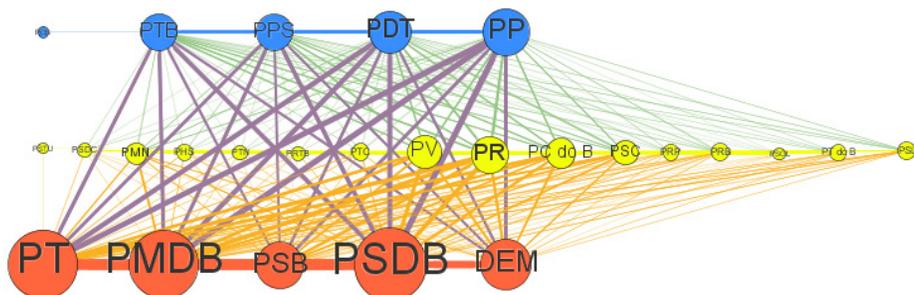
Fonte: elaboração dos autores, com dados do TSE (Brasil 2010).

revelar que estes financiadores, tomados como um “ator coletivo”, compreenderam o papel pendular que esta agremiação assumiu na política brasileira, como fiel da balança em nosso presidencialismo de coalizão.

As diferenças também são perceptíveis no número de conexões por partido, com seis agremiações (PSDB, PT, PMDB, DEM, PSB) apresentando entre 10.300 e 5.970 conexões e concentrando 56,4% do total. Diferentemente daquilo que apontamos para as comunidades geradas por pessoas físicas, os dados da Tabela 6, ordenada por comunidades, evidenciam a nítida correspondência entre as comunidades estabelecidas pelas pessoas jurídicas e os resultados das eleições expressos

no número de eleitos por agremiação. É possível afirmar que as empresas privadas forjam famílias de partidos não condizentes com as famílias ideológicas, mas que apresentam correspondência com o sucesso eleitoral dos grupos de partidos por elas financiados. Ou seja, tais financiadores possivelmente encontram aqueles candidatos que, eleitos, melhor atendem aos seus interesses empresariais.

Figura 9 - Grafo *one mode* partidos-partidos através de financiadores PJ



Fonte: elaboração dos autores, com dados do TSE (Brasil 2010)

Aplicamos também teste de regressão entre o número de eleitos e conexões entre os partidos, agora sobre a sub-rede constituída pelas doações de pessoas jurídicas. O resultado reforça o vasto conjunto de análises estatísticas que demonstram a vinculação estreita entre financiamento e sucesso eleitoral, com a diferença de que, aqui, não estamos considerando os valores monetários, mas sim os vínculos firmados pelas doações. A correlação entre as variáveis é muito forte ($R^2=0,93$). O gráfico abaixo (Figura 10) mostra uma dispersão pequena, com todos os partidos distribuindo-se ao longo ou muito próximos da linha de regressão. Podemos afirmar, portanto, o papel decisivo jogado pelas empresas na rede de financiamento eleitoral, ao menos para o pleito de 2010.

Finalizamos a análise das sub-redes de tipos de financiadores com o estudo dos partidos conectados por agentes partidários, ou seja, comitês financeiros únicos e direções partidárias. A tabela 7 apresenta as 20 interconexões partidárias mais frequentes.

Os dados acarretam duas constatações principais. A primeira, reforçada pelo cálculo de modularidade, é que, tal qual ocorre com a rede estabelecida pelas empresas, as comunidades nacionais forjadas pelos agentes partidários guardam minguada relação com clivagens ideológicas, correspondendo mais às coalizões eleitorais e também de governo, ou seja, têm relação direta com a competição eleitoral e partidária. Essa dinâmica é bastante clara nos casos das comunidades nucleadas pelo PT e PSDB (Figura 11). No primeiro caso, encontramos, em geral, os partidos que ocupariam os postos chaves no primeiro governo de Dilma Rousseff; no segundo, as agremiações que comporiam o

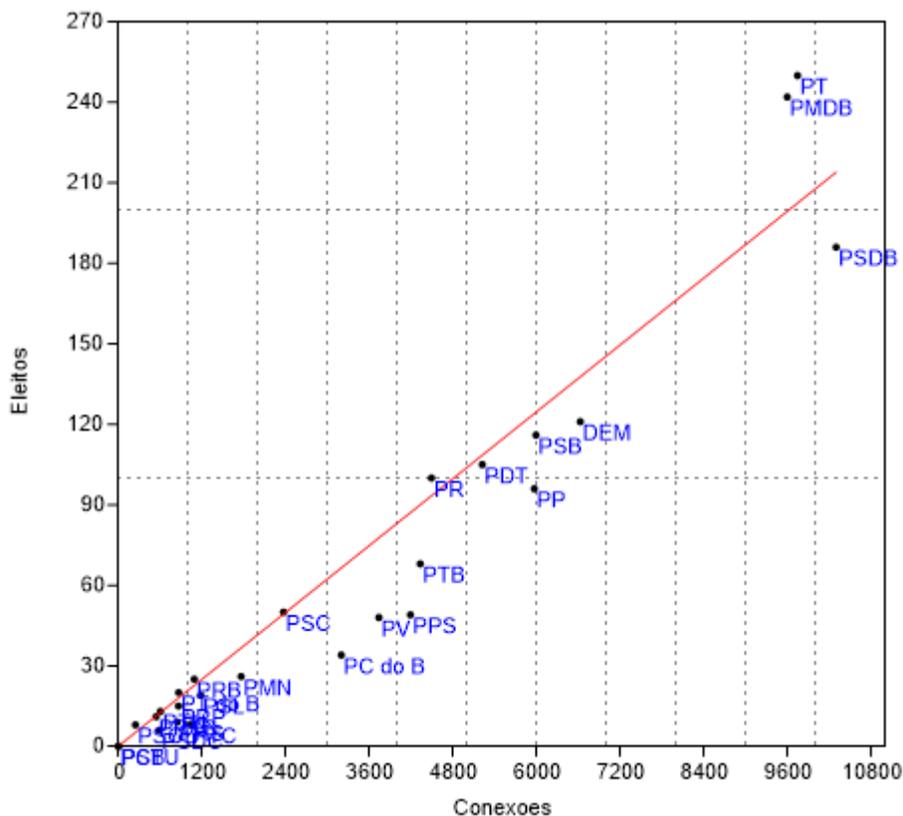
bloco de oposição ao Governo Federal. Evidencia-se como as disputas ocorrem entre os blocos partidários revelados na modularidade (e não entre partidos isoladamente considerados). Fora do componente gigante que origina o grafo da Figura 10 se encontram o PSOL e o PSTU, que formam uma díade desconectada do componente principal, e o PCO, que se apresenta como um nó isolado, o que demonstra sua marginalidade no jogo quando se considera a totalidade dos cargos disputados naquele pleito.

Tabela 6 - Eleitos e conexões por partido conectado por pessoas jurídicas (PJs)

Partido	Ideol.	Co-mun.	Eleitos (N)	Eleitos (%)	Ranking Eleitos	Conexões (N)	Conexões (%)	Ranking conexões
PSDB	C	1	186	11,4%	3	10300	12,0%	3
PT	E	1	250	15,4%	1	9746	11,4%	5
PMDB	C	1	242	14,9%	2	9598	11,2%	9
DEM	D	1	121	7,4%	4	6630	7,8%	6
PSB	E	1	116	7,1%	5	5994	7,0%	7
PP	D	2	96	5,9%	8	5970	7,0%	1
PDT	E	2	105	6,5%	6	5224	6,1%	8
PTB	D	2	68	4,2%	9	4334	5,1%	2
PPS	E	2	49	3,0%	11	4194	4,9%	4
PCB	E	2	0	0,0%	24	2	0,0%	26
PR	D	3	100	6,2%	7	4496	5,3%	10
PV	E	3	48	3,0%	12	3742	4,4%	11
PC do B	E	3	34	2,1%	13	3202	3,7%	12
PSC	D	3	50	3,1%	10	2374	2,8%	16
PMN	D	3	26	1,6%	14	1766	2,1%	14
PSL	D	3	19	1,2%	17	1186	1,4%	13
PRB	D	3	25	1,5%	15	1094	1,3%	15
PTC	D	3	8	0,5%	22	1038	1,2%	21
PT do B	D	3	20	1,2%	16	870	1,0%	19
PRP	D	3	15	0,9%	18	868	1,0%	22
PHS	C	3	9	0,6%	21	850	1,0%	23
PTN	D	3	13	0,8%	19	608	0,7%	18
PSDC	D	3	6	0,4%	23	594	0,7%	24
PRTB	D	3	11	0,7%	20	546	0,6%	20
PSOL	E	3	8	0,5%	22	250	0,3%	17
PSTU	E	3	0	0,0%	24	12	0,0%	25
TOTAL		***	1.625	100,0%	***	85488	100,0%	***

* E = esquerda; C = centro; D = direita. Fonte: elaboração dos autores, com dados do TSE (Brasil 2010).

Figura 10 - Gráfico de regressão linear entre o número de eleitos e o número de conexões de partidos conectados por pessoas jurídicas (PJs)



Fonte: elaboração dos autores, com dados do TSE (Brasil 2010)

A segunda constatação é que, apesar de a análise ter demonstrado comunidades claramente delimitadas de partidos, há uma forte conectividade entre praticamente todas as agremiações que se origina na pluralidade das possibilidades de composições nas disputas estaduais. Como estamos considerando apenas o componente gigante e as doações de agentes partidários, três pequenos partidos de esquerda ficaram de fora. Os demais estão integralmente interconectados pelos agentes partidários, ou seja, apresentam vínculos diretos entre si, configurando o que a ARS denomina *clique*⁸.

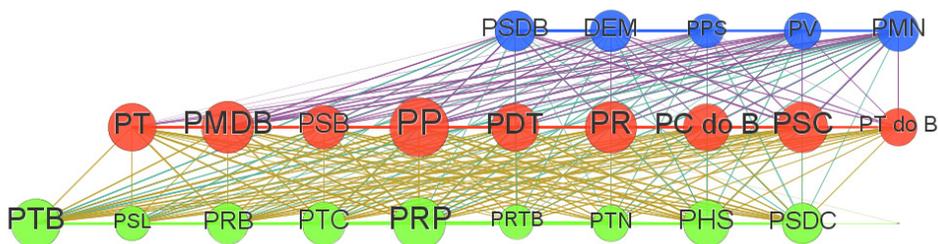
⁸ “Um clique é o subconjunto máximo de vértices em uma rede não direcional no qual cada membro deste (sub)conjunto está conectado com todos os outros”. (Newman 2010: 193).

Tabela 7 - Doações realizadas por agentes partidários (AGPs) para dois partidos (Ranking = 20)

Conexão		Doações em comum (N)	Doações em comum (% do total da rede)
PSDB	DEM	29	1,27%
PPS	PSDB	23	1,01%
PC do B	PT	22	0,97%
PMDB	PSC	22	0,97%
PSB	PT	21	0,92%
PDT	PC do B	20	0,88%
PMDB	PT	20	0,88%
PR	PSC	20	0,88%
PR	PT	20	0,88%
PC do B	PR	19	0,83%
PDT	PP	19	0,83%
PHS	PP	19	0,83%
PMDB	PR	19	0,83%
PP	PR	19	0,83%
PRP	PSDC	19	0,83%
PDT	PR	18	0,79%
PDT	PT	18	0,79%
PP	PSC	18	0,79%
PP	PTB	18	0,79%
PRP	PT	18	0,79%

Fonte: elaboração dos autores, com dados do TSE (Brasil 2010).

Figura 11 - Grafo *one mode* partidos-partidos através de financiadores agentes partidários (classificado por weighted degree, distribuição Multipartited Layout/Modularidade de classe)*



*Resolução: 0.975; Número de comunidades: 03. Fonte: elaboração dos autores, com dados do TSE (Brasil 2010)

De um lado, a alta conectividade interpartidária promovida por diretórios e comitês pode surpreender, posto se esperar que a competição eleitoral demovesse agentes partidários de financiar candidaturas de rivais, podendo-se afirmar que os 395 agentes partidários que estão no componente gigante formam uma rede proporcionalmente ainda mais conectada que a das pessoas jurídicas, embora se pudesse esperar “mais ideologia” nesta rede. De outro lado, expõe o compromisso dos agentes partidários com as candidaturas majoritárias, para as quais as alianças com outros partidos é um ingrediente fundamental nas estratégias eleitorais. Desse modo se revela o importante papel desempenhado por esses atores, que atuam como intermediadores entre os principais financiadores privados, que são as empresas, e os candidatos. Comprova-o o peso ponderado dos partidos, a mostrar o grande número de arestas que os ligam a outras agremiações (Tabela 8).

Também realizamos teste de regressão linear entre número de eleitos e conexões de partidos com os dados da sub-rede constituída pelas doações de agentes partidários, obtendo uma correlação fraca ($R^2=0,15$). A Figura 12 mostra um gráfico com razoável dispersão. O desempenho relativamente modesto em comparação com o obtido pelas pessoas físicas e, principalmente, jurídicas pode ser interpretado a partir dos diferentes papéis exercidos pelos partidos na rede de financiamento.

Os resultados eleitorais são críticos para o posicionamento das empresas em mercados que dependem das agendas e políticas públicas. É óbvio que isso também vale para os partidos, mas estes têm outras atribuições que influem no sucesso eleitoral. Um exemplo importante é a montagem de coligações incluindo partidos pouco competitivos, mas que aportam recursos importantes, como tempo no Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE), contingentes maiores de pessoas para a logística de campanha e, em alguns casos, a possibilidade de lançar chapas maiores para eleições proporcionais.

Agentes partidários, quando financiam campanhas, buscam soluções de compromisso, na medida em que, para alcançar resultados eleitorais, é essencial fortalecer laços/vínculos, especialmente com as agremiações que compõem suas coalizões eleitorais. O efeito disso é que, dada a amplitude das coligações no sistema eleitoral brasileiro, a interconexão é grande, a rede é densa, enfraquecendo-se apenas nas ligações entre os polos ideológicos (PT-PSDB/DEM por exemplo).

Ademais, os agentes partidários, assim como as pessoas jurídicas, estão olhando para o pós-eleição, a governabilidade e a estabilidade do sistema político, necessárias à própria manutenção das burocracias partidárias, as quais envolvem não apenas os eleitos, mas um grande conjunto de partícipes do processo. Vale notar que os partidos de melhor desempenho nas eleições de 2010 (PT, PMDB e PSDB) posicionam-se muito acima da linha de regressão e a maioria de seus coligados, bem abaixo, o que reforça a inferência de que prevalece entre os agentes par-

tidários uma estratégia relacionada à montagem de coalizões competitivas quando eles exercem papel de doador/repassador de recursos de campanha.

Tabela 8 - Doações realizadas por agentes partidários (PJs) para dois partidos (ranking = 20)

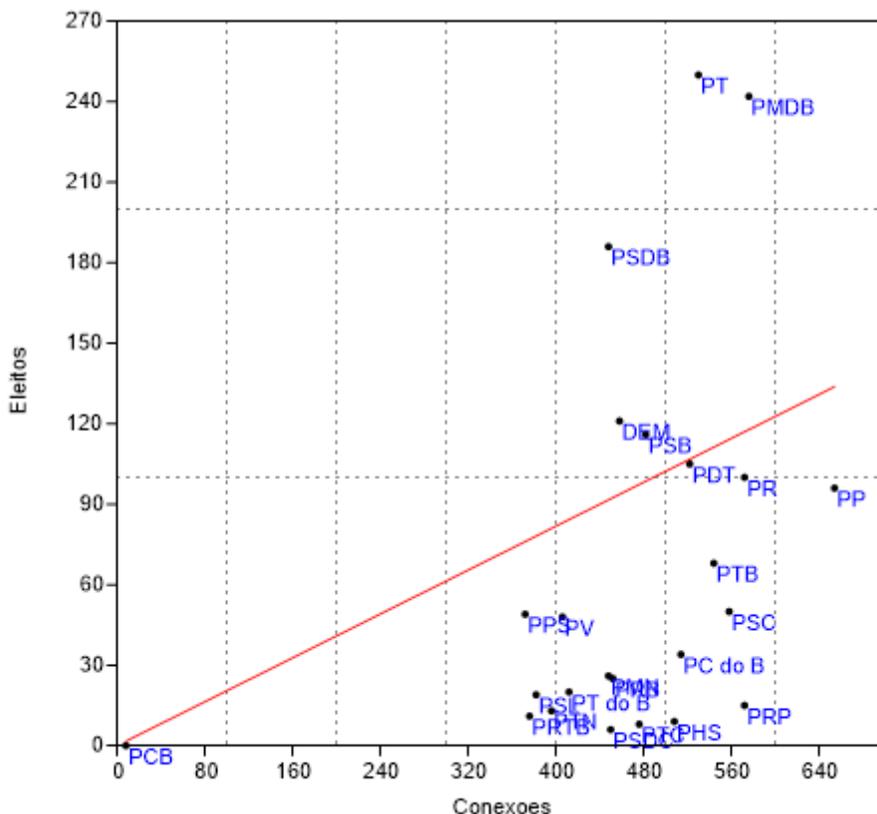
Partido	Ideol.	Comun.	Eleitos (N)	Eleitos (%)	Ranking Eleitos	Conexões (N)	Conexões (%)	Ranking conexões
DEM	D	1	121	7,4%	4	458	0,5%	6
PMN	D	1	26	1,6%	14	448	0,5%	14
PPS	E	1	49	3,0%	11	372	0,4%	4
PSDB	C	1	186	11,4%	3	448	0,5%	3
PV	E	1	48	3,0%	12	406	0,5%	11
PC do B	E	2	34	2,1%	13	514	0,6%	12
PDT	E	2	105	6,5%	6	522	0,6%	8
PMDB	C	2	242	14,9%	2	576	0,7%	9
PP	D	2	96	5,9%	8	654	0,8%	1
PR	D	2	100	6,2%	7	572	0,7%	10
PSB	E	2	116	7,1%	5	482	0,6%	7
PSC	D	2	50	3,1%	10	558	0,7%	16
PT	E	2	250	15,4%	1	530	0,6%	5
PT do B	D	2	20	1,2%	16	412	0,5%	19
PCB	E	3	0	0,0%	24	8	0,0%	26
PHS	C	3	9	0,6%	21	508	0,6%	23
PRB	D	3	25	1,5%	15	452	0,5%	15
PRP	D	3	15	0,9%	18	572	0,7%	22
PRTB	D	3	11	0,7%	20	376	0,4%	20
PSDC	D	3	6	0,4%	23	450	0,5%	24
PSL	D	3	19	1,2%	17	382	0,4%	13
PTB	D	3	68	4,2%	9	544	0,6%	2
PTC	D	3	8	0,5%	22	476	0,6%	21
PTN	D	3	13	0,8%	19	396	0,5%	18
TOTAL		***	1.617	99,5%	***	11116	13,0%	***

* E = esquerda; C = centro; D = direita. Fonte: elaboração dos autores, com dados do TSE (Brasil 2010).

É possível, portanto, pensar um agente partidário na rede de financiamento como uma organização com fins estratégicos bem definidos e relacionados a uma lógica de distribuição de recursos econômicos e manutenção das próprias máquinas, em mais uma confirmação da lei de ferro das oligarquias. Isso vale para vários partidos de portes diversos e permite uma diferenciação entre os partidos que o senso comum denomina nanicos, na medida em que apenas pequenos partidos

de esquerda têm um padrão de ação mais ideológico ou “purista”, distinto do que popularmente se denomina “legenda de aluguel” ou “partido fisiológico” no tocante ao financiamento. Tal processo deverá tornar-se ainda mais evidente quando realizarmos estudos por unidades da federação. De todo modo, a rede *one mode* forjada pelas pessoas físicas é a única em que se identifica a ideologia orientando as interconexões, naquela formada pelas empresas prevalece o pragmatismo que busca a ampliação de sua influência na máquina burocrática enquanto o cálculo dos agentes partidários busca a ampliação das forças na disputa eleitoral.

Figura 12 - Gráfico de regressão linear entre o número de eleitos e o número de conexões de partidos conectados por agentes partidários (AGPs)



Fonte: elaboração dos autores, com dados do TSE (Brasil 2010).

5 - CONSIDERAÇÕES FINAIS

A topologia da rede de financiamento investigada e os fluxos de recursos correspondentes demonstram os variados graus de influência de cada grupo de atores na rede, com que é possível perceber, também, as estratégias dos doadores na alocação de recursos aos partidos. Os três tipos de agentes financiadores atuam de maneiras nitidamente diversas. O quadro 1 a seguir sintetiza os principais resultados da pesquisa.

Quadro 1 - Síntese das motivações/estratégias dos financiadores de campanha ao conectar partidos

Tipo de doador	Correlação com desempenho eleitoral (n eleitos)	Motivação/estratégia principal
Pessoas físicas	fraca	Ligação de partidos ideologicamente próximos
Pessoas jurídicas	forte	Apoio a partidos/candidatos com maior viabilidade eleitoral
Agentes partidários	fraca	Montagem de coalizões eleitorais e de governo/oposição

Fonte: elaboração dos autores.

Apesar de numericamente majoritárias, as pessoas físicas têm peso muito reduzido na distribuição de recursos financeiros. Por outro lado, as comunidades de agremiações moldadas por esses atores são as que, na rede investigada, refletem as famílias de partidos que um sem número de trabalhos na ciência política brasileira estipulou a partir do espectro esquerda-direita (seria repetitivo mencioná-los). Ou seja, tal qual ocorre no atual debate público, eleitores, indivíduos de carne e osso que aceitam financiar candidatos e partidos, em seu conjunto possivelmente governam suas ações e preferências partidárias baseadas em clivagens ideológicas.

As empresas, por seu turno, atores que efetivamente aportam recursos privados para o financiamento de campanha, aplicam, como era de se esperar, outra *rationale*, menos presa às referidas clivagens ideológicas – ainda que tipicamente não apostem em posições extremas do espectro partidário – e mais relacionada a apostas certeiras com relação ao desempenho eleitoral dos partidos e candidatos financiados. As “famílias partidárias” expressas nas comunidades que esses atores forjam na rede de financiamento são explicitamente agrupadas pelo tamanho em votos e mandatos que, no fim das contas, as agremiações teriam após a abertura das urnas.

A análise das redes moldadas pelos agentes partidários nos permite ultrapassar algumas dificuldades vivenciadas por pesquisadores em função da indisponibi-

lidade inicial de ferramentas que possibilitem estudar de forma integrada a rede de financiamento eleitoral. Mais do que indicar esses agentes como “ocultadores” de recursos no jogo eleitoral, os mapeamos e analisamos como receptores-doadores ativos desses recursos.

Como era de se esperar, os agentes partidários, especialmente os mais competitivos, forjam comunidades que correspondem às coligações nacionais buscando o acúmulo de forças para o pleito, independentemente da família ideológica do aliado. Além disso, a investigação aportou duas evidências. A primeira é a de que os partidos, por meio de seus comitês financeiros únicos e diretórios, exercem uma nítida função de intermediação entre financiadores, especialmente empresas, e candidatos. Os recursos que os agentes partidários recebem são quase que integralmente repassados às candidaturas, de modo que o estudo de como os agentes partidários distribuem suas doações aos candidatos revela, no fundo, que as doações de empresas para estes são distribuídas mais em função da estratégia eleitoral e da busca de fidelidades do que objetivando a simples ocultação da origem dos recursos. Reforçamos, portanto, as conclusões de estudos anteriores nos quais demonstramos que os partidos fazem apostas certeiras e os candidatos por eles financiados com mais assertividade são os mesmos, em igual condição, apoiados pelas empresas mais centrais no jogo eleitoral.

Outro achado da pesquisa é a densa articulação entre partidos. Todavia, não deixa de surpreender o fato de, à exceção de pequenos partidos de esquerda, todas as agremiações brasileiras serem conectadas entre si por agentes partidários que há 20 anos vêm imprimindo a polarização na disputa pelos principais cargos políticos do país.

Esses resultados sugerem diversos desdobramentos do trabalho, como a necessidade de dar mais peso aos partidos na análise do financiamento eleitoral e de aprofundar a investigação de quem são os candidatos mais beneficiados pela ação dos partidos na rede de financiamento eleitoral e como eles agem para atender as expectativas de seus apoiadores.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABRAMO, Claudio W. 2005. *Um mapa do financiamento político nas eleições municipais brasileiras de 2004*. Disponível em <<http://www.transparencia.org.br/docs/mapa2004.pdf>>. Acesso em 10 jun. 2011.
- BOURDOUKAN, Adla Y. 2009. *O bolso e a urna: financiamento político em perspectiva comparada*. Tese de doutorado, Departamento de Ciência Política da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo.
- BRAGA, Maria do Socorro S.; BOURDOUKAN, Adla Youssef. 2009. Partidos políticos no Brasil: organização partidária, competição eleitoral e financiamento público. *Perspectivas: Revista de Ciências Sociais*, n. 35, p. 117-148, jan./jun.
- BRASIL – Tribunal Superior Eleitoral – TSE. 2010. *Prestação de Contas Eleitorais 2010*. Disponível em: <http://www.tse.jus.br/eleicoes/eleicoes-anteriores/eleicoes-2010/prestacao-de-contas-eleitorais-2010>. Acesso em 30 Out. 2012.
- CERVI, Emerson U. 2010. Financiamento de campanhas e desempenho eleitoral no Brasil: análise das contribuições de pessoas físicas, jurídicas e partidos políticos às eleições de 2008 nas capitais de Estado. *Revista Brasileira de Ciência Política*, No. 4.
- COSTA, Luiz D., BOLOGNESI, Bruno, CODATO, Adriano. 2015. Onde estão os trabalhadores nas listas de candidatos dos partidos brasileiros? *Newsletter*. Observatório de elites políticas e sociais do Brasil, Curitiba: Núcleo de Pesquisa em Sociologia Política Brasileira/Universidade Federal Do Paraná (NUSP/UFPR), v. 2, n. 2, jan.
- FLEISCHER, David. 2002. As eleições municipais no Brasil: uma análise comparativa (1982-2000). *Opinião Pública*, vol. 8, n. 1.
- HOROCHOVSKI, Rodrigo. R. ; JUNCKES, Ivan. J. . As eleições de 2010 no Brasil na perspectiva da análise de redes sociais. In: 100 Encontro da Associação Brasileira de Ciência Política (ABCP), 2014, Brasília. Anais eletrônicos, 2014. v. 1. p. 1-20.
- JUNCKES, Ivan. J. et alli. As mulheres na rede de financiamento eleitoral e seu desempenho nas eleições de 2010 no Brasil: a dinâmica de exclusão, isolamento e marginalização no poder político. *Revista Latino-americana de Geografia e Gênero*, Ponta Grossa, v. 6, p. 25-47, jan.-jul 2015.
- LEMONS, Leany B.; MARCELINO, Daniel; PEDERIVA, João Henrique. 2010. Porque dinheiro importa: a dinâmica de contribuições eleitorais para o Congresso Nacional em 2002 e 2006. *Opinião pública*, Campinas, vol. 16, nº 2, Novembro, 2010, p.366-393.
- LEMIEUX, Vincent; OUMET, Mathieu. 2004. *Análise estrutural das redes sociais*.

Lisboa: Instituto Piaget.

- MANCUSO, Wagner P. 2012. Investimento eleitoral no Brasil: balanço da literatura e agenda de pesquisa. *Anais*. 8º. Encontro da Associação Brasileira de Ciência Política (ABCP), Gramado (RS), 1º a 4 de agosto de 2012.
- NEWMAN, Mark E. J. 2010. *Networks: an introduction*. Oxford; New York: Oxford University Press.
- PEIXOTO, Vitor de M. 2010. *Eleições e financiamento de campanhas no Brasil*. Rio de Janeiro – RJ/ Vitor de Moraes Peixoto – 2010. 175 p. Tese de Doutorado em Ciência Política – Instituto Universitário de Pesquisas (IUPERJ), Rio de Janeiro.
- RODRIGUES, Lúcio M. *Partidos, ideologia e composição social: um estudo das bancadas partidárias na Câmara dos Deputados*. São Paulo: USP, 2002.
- RUBIO, Delia F. 2004. Financiamento político en el Cono Sur: Argentina, Brasil, Chile, Paraguay y Uruguay. In: GRINER, S. *De las normas a las buenas prácticas: el desafío del financiamiento político en América Latina*. 1º ed. San Jose Costa Rica: OEA IDEA, 2004. p. 271-294.
- RUBIO, Delia F. 2005. Financiamento de partidos e campanhas: fundos públicos versus fundos privados. *Novos estudos*. 2005, São Paulo: CEBRAP, n.73, pp. 6-16. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-33002005000300001&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt> Acesso em 14 maio 2012.
- SACCHET, Teresa; SPECK, Bruno W. , 2012. Financiamento eleitoral, representação política e gênero: uma análise das eleições de 2006. *Opinião Pública*, Campinas, v. 18, n. 1, p. 177-19, jun.
- SHEPPARD, Eric MCMASTER, Robert B. 2004. Scale and Geographic Inquiry. In: SHEPPARD, Eric MCMASTER, Robert B (Eds). *Scale and Geographic Inquiry: Nature, society and method*. Malden: Blackwell, p. 1-22.
- SPECK, Bruno W.; MANCUSO, Wagner P. 2014. Financiamento de campanhas e prestação de contas. *Cadernos Adenauer*, São Paulo, v. 15, p. 135-150.
- TAROUCO, Gabriela da S., MADEIRA, Rafael M. 2013. Partidos, programas e o debate sobre esquerda e direita no Brasil. *Revista de Sociologia e Política*, Curitiba, v.21, n.45, p. 149-165, mar.
- ZOVATTO, Daniel. 2005. Financiamento dos partidos e campanhas eleitorais na América Latina: uma análise comparada. *Opinião Pública*, Campinas, Vol. XI, no 2, Outubro, p. 287-336.