O PODER DO BOLSO: COMO AS DOAÇÕES CORPORATIVAS MOLDAM AS ELEIÇÕES

Autor(res)

Stace Liz Carneiro
Aderbal Junio Lopes Costa
Vamberth Soares De Sousa Lima
Andrezza Feltre Da Cunha Peixoto
Cintia Batista Pereira

Categoria do Trabalho

Trabalho Acadêmico

Instituição

FACULDADE ANHANGUERA DE RIBEIRÃO DAS NEVES

Introdução

Em democracias contemporâneas, a participação financeira de empresas nas eleições é um tema controverso, permeado por debates acalorados sobre a influência do dinheiro na política e a potencial distorção do processo eleitoral. Afinal, a presença de recursos financeiros abundantes em campanhas políticas levanta a questão crucial da igualdade de oportunidades entre os candidatos e a possibilidade de que o poder econômico influencie indevidamente a vontade popular.A Lei nº 9.096/95, em seu artigo 30, e a Lei nº 13.165/2015, que regulamenta o financiamento de campanhas eleitorais, buscam regular essa participação, estabelecendo limites e regras para as doações. Essas leis visam garantir que o dinheiro não se torne o fator determinante nas eleições, buscando um equilíbrio entre a liberdade de expressão e a necessidade de proteger a integridade do processo democrático. No entanto, a prática demonstra que a influência do dinheiro nas eleições persiste.

Objetivo

Analisar o impacto das doações corporativas nas eleições, investigando como essas contribuições moldam a dinâmica eleitoral, influenciando a formação de agendas políticas, o discurso dos candidatos e a própria legitimidade do processo democrático.

Material e Métodos

A pesquisa se baseia em uma análise qualitativa e quantitativa de dados sobre doações corporativas em eleições recentes, utilizando como fontes:

- Dados do Tribunal Superior Eleitoral (TSE): Análise de dados sobre doações de empresas em eleições presidenciais e parlamentares, incluindo o valor total doado, a origem das empresas e os candidatos beneficiados.
- Relatórios de organizações da sociedade civil: Levantamento de dados sobre a influência de doações corporativas em diferentes áreas, como meio ambiente, saúde e educação.
- Análise de conteúdo de discursos políticos: Análise de discursos de candidatos e partidos políticos, buscando

identificar a influência de doações corporativas em suas propostas e posicionamentos.
- Literatura especializada: Revisão bibliográfica sobre temas relacionados à influência do dinheiro na política, financiamento de campanhas eleitorais e o papel das empresas na democracia.

Resultados e Discussão

Os resultados da pesquisa demonstram que as doações corporativas exercem um papel significativo na dinâmica eleitoral. As empresas, ao direcionarem recursos para candidatos e partidos, buscam influenciar a formação de agendas políticas e a implementação de políticas públicas que favoreçam seus interesses. Essa influência pode se manifestar de diversas formas:
- Financiamento de campanhas: As empresas podem contribuir com recursos significativos para as campanhas, proporcionando aos candidatos maior visibilidade e acesso a recursos para propaganda e mobilização.
- Lobby e pressão política: As empresas podem utilizar suas doações como forma de pressionar candidatos e parlamentares para a aprovação de leis e medidas que favoreçam seus negócios.
- Influência na formação de agendas: As empresas podem direcionar suas doações para candidatos e partidos que defendem agendas políticas alinhadas aos seus interesses, influenciando a priorização de temas nas campanhas e no debate público.

Conclusão

As doações corporativas representam um desafio para a democracia, pois podem distorcer o processo eleitoral, favorecendo candidatos e partidos com maior acesso a recursos e influenciando a formação de agendas políticas. A regulamentação do financiamento de campanhas é crucial para garantir a igualdade de oportunidades entre os candidatos e a representatividade do processo democrático.

Referências

Nunes, M. V. S. (2019). Doações eleitorais podem comprar influência? Estudo de evento sobre o efeito da proibição de doações por pessoas jurídicas em campanhas eleitorais brasileiras. Dissertação de Mestrado, Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo. PDF disponível

2

.Euzébio, T. de M. (2020). Julgados de destaque sobre doação de recursos para campanha eleitoral. Revista Eletrônica da Escola Judiciária Eleitoral, 5(2). Link para a publicação

5

.Politize! (2023). 4 argumentos a favor e contra doações empresariais em campanhas eleitorais. Link para o artigo