

# 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

1

## 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