



REVISTA TERCEIRO INCLUÍDO

ISSN 2237-079X

Transdisciplinaridade e Temas Contemporâneos

V. 09 - 2019

GUIMARÃES, Carolina; MILANEZ, Bruno; RIBEIRO, Helton Lucinda
Partido da mineração: a influência das mineradoras nas eleições de 2014 em MG
pp.81-92
DOI:10.5216/teri.v9i1.54217

PARTIDO DA MINERAÇÃO: A INFLUÊNCIA DAS MINERADORAS NAS ELEIÇÕES DE 2014 EM MG

MINING PARTY: THE INFLUENCE OF MINING COMPANIES IN THE 2014 ELECTIONS IN MG

PARTIDO DE LA MINERÍA: LA INFLUENCIA DE LAS MINERAS EN LAS ELECCIONES DE 2014 EN MG

Carolina GUIMARÃES¹
Bruno MILANEZ²
Helton Lucinda RIBEIRO³

Resumo: As empresas do setor de mineração estiveram historicamente entre as grandes doadoras de campanhas eleitorais. Com isso, essas empresas elegeram verdadeiras bancadas comprometidas com seus interesses. Apesar do financiamento de pessoas jurídicas não ser mais permitido, muitos dos políticos atualmente no poder foram eleitos com apoio de diferentes empresas. Para avaliar a dimensão da influência política do setor mineral, este trabalho analisa dados do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) referentes às doações de campanha nas eleições para deputado estadual em Minas Gerais no ano de 2014. Os dados coletados foram confrontados com a composição das principais comissões da Assembleia Legislativa de Minas Gerais dedicadas a temas relacionados com a atividade minerária.

Palavras-chave: mineração, financiamento de campanha, eleições, comissões parlamentares

Abstract: Mining companies have historically been among the largest donors of election campaigns. As a result, these companies have chosen real caucus committed to their interests. Although corporate funding was no longer allowed, many of the politicians currently in power were elected with the support of different companies. In order to evaluate the extent of the political influence of the mineral sector, this paper analyzes data from the Superior Electoral Court (TSE) regarding campaign donations in state legislature elections in Minas Gerais in 2014. The data collected were compared with the composition of the main commissions of the Legislative Assembly of Minas Gerais dedicated to topics related to mining activity.

Keywords: mining, campaign finance, elections, parliamentary commissions

Resumen: Las empresas del sector minero estuvieron históricamente entre las grandes donantes de campañas electorales. Con eso, esas empresas eligieron verdaderas bancadas comprometidas con sus intereses. A pesar de que la financiación de las personas jurídicas ya no se permite, muchos de los políticos actualmente en el poder han sido elegidos con el apoyo de diferentes empresas. Para evaluar la dimensión de la influencia política del sector mineral, este trabajo analiza datos del Tribunal Superior Electoral (TSE) referentes a las donaciones de campaña en las elecciones para diputado estadual en Minas Gerais en el año 2014. Los datos recolectados se enfrentaron a la composición de las principales comisiones de la Asamblea Legislativa de Minas Gerais dedicadas a temas relacionados con la actividad minera.

Palabras clave: minería, financiación de campaña, elecciones, comisiones parlamentarias

1 Engenheira de Produção pela Universidade Federal de Juiz de Fora. Atuou como pesquisadora através de bolsa de Iniciação Científica durante a graduação, por quatro anos, e em parceira com o Grupo de Pesquisa e Extensão Política, Economia, Mineração, Ambiente e Sociedade (PoEMAS). E-mail: carolinalucinda@yahoo.com.br

2 Engenheiro de Produção, Mestre em Engenharia Urbana e Doutor em Política Ambiental. Atua como professor do Departamento de Engenharia de Produção e Mecânica e do Mestrado em Geografia da Universidade Federal de Juiz de Fora. Coordena o Grupo de Pesquisa e Extensão Política, Economia, Mineração, Ambiente e Sociedade (PoEMAS). E-mail: bruno.milanez@ufjf.edu.br.

3 Graduado em Ciências Sociais pela Universidade de São Paulo (USP), graduado em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, pela Universidade Estadual Paulista (Unesp), Mestre em Comunicação Midiática pela Universidade Estadual Paulista (Unesp). E-mail: heltonlucinda@hotmail.com.

INTRODUÇÃO

É cada vez mais comum nos depararmos com notícias sobre corrupção, caixa 2, lavagem de dinheiro, suborno, negligência nas fiscalizações, irregularidades nas licenças para prestação de serviços públicos, entre muitos outros pontos que fazem parte das manchetes dos principais meios de comunicação. O caso da Operação Lava Jato é o mais notório e que causou maior repercussão. Nele, podemos perceber o enorme rombo em uma das mais significativas estatais do país, a Petrobrás, que, devido aos grandes desfalques monetários, enfrentou e ainda enfrenta dificuldades financeiras e uma imagem manchada que culminou na sua desvalorização. Parte desse prejuízo foi devida aos contratos superfaturados com empreiteiras, com funcionários do alto escalão da estatal e também com representantes do poder público. Acordos eram realizados e propinas eram pagas para que as empreiteiras tivessem seus interesses atendidos. Dessa forma, após encontros sigilosos, ficavam acertados os valores inflacionados a serem pagos e a empresa que ganharia a concessão. Assim, o procedimento “formal” de prestação de serviço acabava sendo apenas de fachada, já que tudo estava decidido “por baixo dos panos” (TELES, 2015).

Chama a atenção o fato de que, dentre as empresas envolvidas nos mais recentes escândalos de corrupção, estão as maiores doadoras de campanhas eleitorais do país. Dos 10 maiores doadores de campanha em 2014, cinco são empreiteiras: OAS, Andrade Gutierrez, Odebrecht, UTC Engenharia e Queiroz Galvão. Somam-se ao grupo o frigorífico JBS, flagrado em irregularidades na operação Carne Fraca da Polícia Federal, e a Vale S/A, empresa envolvida na maior tragédia ambiental brasileira, o rompimento da barragem da Samarco em Mariana-MG, ocorrido em 5 de novembro de 2015 (TOLEDO, MAIA E BURGARELLI, 2014).

O setor de mineração tem sido um dos grandes financiadores de campanha. Em 2014, só a Vale S/A doou R\$ 22.650.000,00 para diversos partidos (OLIVEIRA, 2014, p. 14). Dos recursos recebidos pela campanha da candidata à Presidência da República Dilma Rousseff (Partido dos Trabalhadores – PT), 8% vieram de empresas do setor de mineração, que também foram responsáveis por 6% dos recursos recebidos pelo candidato de oposição Aécio Neves (Partido da Social Democracia Brasileira – PSDB), adversário da petista no segundo turno das eleições (OLIVEIRA, 2014, p. 24).

Se o investimento em campanha se desse por “dever cívico”, como sugere o presidente da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP), Paulo Skaf (2009), como se explicaria uma mesma empresa investir em candidaturas adversárias, mesmo no segundo turno das eleições majoritárias? Note-se, por exemplo, que a empresa que mais se destacou em doações nas eleições presidenciais de 2014, o grupo JBS, foi responsável por 21% das receitas da campanha da candidata Dilma Rousseff (PT) e 15% das receitas da campanha de seu adversário no segundo turno, Aécio Neves (PSDB) (OLIVEIRA, 2014, p. 22).

Do ponto de vista do senso comum, a população acredita que o financiamento de campanha está relacionado a conceder vantagens para os financiadores, aprovando e reprovando medidas de acordo com os interesses particulares, prática que seria prejudicial ao interesse do coletivo. Quanto maior o investimento, maiores os favorecimentos, o que fica claro quando vemos os parlamentares aprovando medidas favoráveis ao setor que investiu na sua campanha e votando

contra medidas que o prejudiquem (SANTOS, 2015).

A justa concorrência entre as empresas nas licitações públicas também vem sendo sistematicamente burlada por esses grandes financiadores de campanhas, que contam com a omissão ou cumplicidade do governo em suas diferentes esferas. Têm vindo à tona, só para citar um exemplo, denúncias relacionadas ao pagamento de propina para viabilização da hidrelétrica de Belo Monte. O ex-líder do governo Dilma Rousseff no Senado, Delcídio Amaral, revelou em deleção premiada que a construtora Andrade Gutierrez teria pago algo entre R\$ 15 milhões e R\$ 20 milhões em propina ao PMDB (Partido do Movimento Democrático Brasileiro, atual MDB) e PT para obter um contrato de fornecimento de equipamentos para a hidrelétrica (CALIXTO, 2016).

Os dados sugerem, assim, que os grandes financiadores de campanha não têm preferências políticas ou ideológicas, mas encaram as eleições como mais uma oportunidade de investimento e, como tal, capazes de propiciar algum tipo de retorno sobre o capital investido.

As mineradoras exemplificam bem a complexidade dos esquemas de retribuição ao financiamento de campanha. Vale citar o caso envolvendo o senador Romero Jucá (MDB-RR), que foi parar no Supremo Tribunal Federal (STF) no fim de agosto de 2013 por ter sido acusado de beneficiar a Vale S.A. Assim como a Vale, muitas outras empresas do setor acabam sendo privilegiadas. Para se ter uma ideia de todo o sistema, muitos dos parlamentares que têm suas campanhas financiadas pelo setor mineral são os mesmos que vão julgar os representantes de órgãos públicos acusados de proporcionar privilégios às mineradoras (CASTILHO, 2013).

Boa parte dos políticos financiados pelas mineradoras concentra-se no MDB, partido que foi um dos principais responsáveis pelo debate sobre o Novo Código de Mineração, e seus deputados nomeiam a maior parte dos integrantes do Departamento Nacional de Produção Mineral (DNPM) e comandam o Ministério de Minas e Energia, ao qual é vinculado o DNPM. Dessa maneira, é possível perceber que o MDB detém grande poder e influência e que o fato de os órgãos governamentais estarem interligados, e sob seu controle, facilita as manobras que concedem benefícios a empresas e políticos (CASTILHO, 2013).

Quanto ao Novo Código de Mineração — que deveria garantir a exploração racional dos recursos naturais, já que os minerais são recursos escassos —, a influência do setor privado nas discussões no Congresso Nacional o levou a tomar um caminho totalmente contrário: em vez de diminuir, a exploração, se fossem aprovadas as medidas propostas pelo legislativo, aumentaria até cinco vezes, reduzindo significativamente a vida média desses recursos (CASTILHO, 2013).

Percebe-se, assim, que, quando um político concede vantagens a uma empresa, muitas vezes acaba causando prejuízos naturais, culturais e sociais. Tomemos novamente como exemplo o caso Jucá: ao proporcionar vantagens à Vale S.A., autorizando a exploração madeireira e mineral em terras indígenas por meio de um projeto de lei (PL 1.610/1996), o político acaba afetando a cultura indígena, além de destruir recursos naturais há tanto tempo usados e cultivados de forma sustentável. Trata-se de um projeto inviável, que desapropria pessoas inocentes, historicamente espoliadas em seu espaço e cultura em nome do progresso (CASTILHO, 2013).

O exemplo dramático do rompimento da barragem da Samarco em Mariana-MG, o maior desastre ambiental do país, revela a falta de rigor com que o governo pode atuar em certos casos

envolvendo o setor de mineração. Toda a responsabilidade pela compensação foi transferida para a Fundação Renova⁴ — constituída pela própria Samarco — e para empresas de consultoria pagas por ela, o que tem levado a queixas por parte da população impactada (ROJAS e PEREIRA, 2017).

Para dimensionar a influência das mineradoras na política, fizemos um estudo exploratório, com levantamento de dados disponíveis no Tribunal Superior Eleitoral (TSE) das doações de campanhas nas eleições para deputado estadual em Minas Gerais, Estado com destacada participação do setor minerário no PIB. Também fizemos o levantamento dos deputados que compõem as comissões parlamentares da Assembleia Legislativa de Minas Gerais responsáveis por analisar projetos de interesse do setor de mineração. Os resultados obtidos serão analisados à luz de bibliografia recente sobre o tema do financiamento privado de campanhas no Brasil e sobre as recentes alterações na legislação eleitoral.

LEGISLAÇÃO: MUDANÇAS E BRECHAS

Polêmicas em torno do financiamento de campanha existem há anos. Até meados da década de 1990, a legislação proibia as doações por parte das empresas. Em 1993, um ano após o **impeachment** de Fernando Collor, veio à tona a participação de empresas em financiamentos de campanha. Em resposta ao escândalo, o Legislativo resolveu regulamentar as doações de pessoas jurídicas por meio de mudanças na legislação (Lei 9.096/95, a chamada Lei dos Partidos Políticos, e Lei 9.504/97). A justificativa para legalizar o financiamento empresarial era garantir a transparência sobre a origem dos recursos e o controle social sobre o processo eleitoral, o que não ocorreu, já que apenas uma parte das doações era declarada, e o restante continuou sendo repassado a partidos e candidatos de forma irregular (SPECK, 2012; BACKES, 2014).

No dia 17 de setembro de 2015, por decisão do Supremo Tribunal Federal (STF), foi proibido o financiamento de campanha por pessoas jurídicas. As campanhas passaram a ser financiadas por pessoas físicas, que podem doar até 10% de seu rendimento bruto do ano anterior à eleição, além de bens estimáveis em até 80 mil reais. Algumas regras foram mantidas, como a proibição da venda de espaço na televisão e no rádio e foi assegurado o direito à propaganda eleitoral gratuita (LEMONS, MARCELINO, PEDERIVA, 2010; SPECK, 2012; STF, 2015; TSE, 2016; POLITIZE, 2016).

Todo o cuidado em relação às regras de financiamento de campanha se deve ao fato de que muitas empresas podem aproveitar as doações para pressionar políticos eleitos a atender seus interesses. Além do mais, pesquisas indicam que, na maioria dos casos, a vitória na eleição está ligada ao maior investimento em campanha.

4 A Fundação Renova foi criada após a assinatura do Termo de Transação e Ajustamento de Conduta (TTAC) entre Samarco, com o apoio de suas acionistas, Vale e BHP Billiton, e o Governo Federal, os Estados de Minas Gerais e do Espírito Santo, o Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (Ibama), o Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMBio), a Agência Nacional de Águas (ANA), o Departamento Nacional de Produção Mineral (DNPM), a Fundação Nacional do Índio (Funai), o Instituto Estadual de Florestas (IEF), o Instituto Mineiro de Gestão das Águas (IGAM), a Fundação Estadual de Meio Ambiente (FEAM), o Instituto Estadual de Meio Ambiente e Recursos Hídricos (IEMA), o Instituto de Defesa Agropecuária e Florestal do Espírito Santo (IDAF) e a Agência Estadual de Recursos Hídricos (AGERH). Ver: <<https://www.fundacaorenova.org/a-fundacao/>> Acesso em 24 jul. 2018.

Usando uma escala logarítmica para a variável ‘gastos declarados’, interpreta-se que os candidatos vencedores gastaram, em média, 5 vezes mais do que os adversários. Como esperado, os dados informam que os candidatos à reeleição recebem mais doações e gastam, em média, muito mais do que seus desafiantes (LE MOS; MARCELINO; PEDERIVA, 2010, p. 374).

Ao pesquisar o valor das disputas políticas no Brasil, Speck (2012) chega ao número de R\$ 6,80 por eleitor (em um primeiro instante, parece um valor modesto, mas é preciso levar em consideração que o cálculo não inclui o valor real gasto, pois não temos controle sobre os recursos ilegais arrecadados, como “caixa 2”). Vale ressaltar que as campanhas para senadores e deputados são mais caras do que para presidente e governador, devido ao maior número de candidatos. O valor de R\$ 6,80 se refere a todos os candidatos municipais, estaduais e nacionais.

As disputas eleitorais assumem papéis diferentes de acordo com a região brasileira em que se encontram. Speck (2012, p. 70) ressalta que “as campanhas em estados do Norte e do Centro-Oeste destacam-se como as mais caras”. Isso pode ser atribuído a muitos fatores, como número de habitantes, incentivos por parte das administrações públicas e questões culturais.

Durante o período em que foi permitido o financiamento por pessoas jurídicas, os partidos prestavam contas sobre suas arrecadações para as campanhas. Todas essas informações estão disponíveis no site do TSE, onde se pode analisar as empresas e setores que mais contribuem. O fato de as doações de campanha terem se tornado públicas facilitou o acompanhamento sobre as empresas financiadoras e, conseqüentemente, a clareza sobre seus prováveis interesses. O estudo de Oliveira (2014) apontou que existe uma enorme relação entre os resultados das eleições e o financiamento de campanha. Tanto que, na disputa para deputado federal, foi praticamente assegurada a vitória àqueles que receberam as mais generosas doações. Reafirmou também o que foi dito antes sobre os políticos que vão debater importantes assuntos serem financiados por empresas interessadas, como no caso das mineradoras, que investiram na maioria dos integrantes da comissão que analisou o Novo Código de Mineração. A pesquisa também apontou para uma Câmara dos Deputados extremamente conservadora em 2014 e financiada pelo setor privado (OLIVEIRA, 2014).

No mesmo estudo, foi observada uma mudança de comportamento. Se, nas eleições de 2010, as empresas doavam mais aos partidos para que estes repassassem aos candidatos, nas de 2014 as doações foram mais focadas. Isso mostrou, mais uma vez, a influência do financiamento, já que, praticamente, garantiu o sucesso nas disputas eleitorais (OLIVEIRA, 2014).

A partir dos dados disponibilizados pelo TSE, podemos levantar hipóteses sobre os reais interesses dos financiadores de campanha. Além das doações legais, que são aquelas que possuem os registros no TSE, existem aquelas ilegais, mais conhecidas como “caixa 2”, as quais não podemos avaliar, mas que ocorrem tanto com a participação ou não de pessoas jurídicas. Esse tipo de doação causa grandes prejuízos à nação, pois costuma atender a interesses particulares e compromete os recursos públicos (SPECK, 2012).

Recursos de campanha são todos os bens, valores e serviços aplicados em campanha por partidos políticos e candidatos (BRASIL.TSE, 2014). Até as eleições de 2014, esses recursos podiam ter as seguintes origens:

- Recursos próprios dos candidatos.
- Doações financeiras ou estimáveis em dinheiro, de pessoas físicas ou jurídicas.

- Doações de outros candidatos, comitês financeiros ou partidos políticos.
- Recursos próprios dos partidos políticos.
- Repasses de recursos provenientes do Fundo Partidário.
- Receitas decorrentes da comercialização de bens/serviços e/ou da promoção de eventos, bem como da aplicação financeira dos recursos de campanha.

As doações podiam ser feitas por meio de cheques cruzados e nominais, transferências bancárias, boletos de cobrança com registro, cartões de crédito ou de débito; depósitos em espécie, devidamente identificados pelo nome ou pela razão social e pelo CPF ou CNPJ do doador. Doações ou cessões temporárias de bens e/ou serviços estimáveis em dinheiro. Era permitida a doação por pessoas físicas de até 10% dos rendimentos brutos recebidos no ano anterior ao da campanha. Para pessoas jurídicas, o limite era 2% do faturamento bruto recebido no ano anterior ao da campanha (TSE, 2014).

Pode-se deduzir, assim, que as doações ilegais sejam também uma forma de burlar os limites impostos pela legislação. A doação acima dos limites legais constitui infração sujeita a multa correspondente a cinco vezes o valor excedente. No caso de pessoa jurídica, esta pode ficar impedida de contratar com o poder público (TSE, 2014).

DOAÇÕES DE MINERADORAS A DEPUTADOS EM MINAS GERAIS

Passemos, agora, à análise dos dados obtidos junto ao Tribunal Superior Eleitoral (TSE) referente às eleições de 2014, quando ainda eram permitidas as doações feitas por pessoa jurídica. Tomemos como exemplo os deputados estaduais eleitos em Minas Gerais, para fins de estudo de caso. Evidentemente, não é possível averiguar a dimensão dos recursos de origem ilegal que irrigaram as campanhas eleitorais no Estado. Mas os dados relativos às doações legais já nos dão uma boa ideia da influência do setor minerário.

Dos 77 deputados estaduais de Minas Gerais eleitos em 2014, apenas 19 não receberam nenhuma doação direta ou indireta de mineradoras. Ou seja, aproximadamente 75% dos deputados estaduais eleitos em Minas Gerais tiveram suas campanhas financiadas por empresas desse setor.

Também podemos observar que, no **ranking** dos cinco candidatos que receberam mais doações por mineradoras, temos três candidatos do Partido dos Trabalhadores (PT), sendo que dois deles aparecem tanto no **ranking** de doações indiretas, quanto doações diretas. Além disso, o deputado estadual Paulo Guedes (PT) foi eleito em primeiro lugar em Minas Gerais e também ocupa o primeiro lugar nos **rankings** direto e indireto de doações. O que nos leva a ver a força desse partido, principalmente durante o mandato da ex-presidente Dilma Rousseff, também afiliada ao PT.

As doações podem ser feitas tanto diretamente ao candidato, quanto de forma indireta, que são aquelas feitas por meio dos comitês de campanha. Os dados referentes às campanhas para o cargo de deputado estadual em Minas Gerais em 2014 mostram que o volume de doações indiretas feitas pelas mineradoras se aproxima bastante do total de doações diretas (aquelas feitas diretamente ao candidato). Foram R\$ 2.313.156,00 de doações indiretas e R\$ 2.690.936,00 de doações diretas. Para efeitos de comparação, nas eleições para o governo do Estado, as doações indiretas superaram significativamente as doações diretas: R\$ 7.150.723,22 contra R\$ 4.971.170,17.

Por outro lado, percebe-se que as doações indiretas foram mais pulverizadas, resultando

em um valor médio significativamente menor: R\$ 43.644,45 contra R\$ 81.543,51 das doações diretas. O maior volume de recursos nas doações indiretas se concentra no estrato até R\$ 10.000 (gráfico 1), enquanto as doações diretas se concentram no estrato entre R\$ 10.000 a R\$ 100.000 (gráfico 2).

Isso pode ter relação com diferentes estratégias adotadas pelas empresas na distribuição de recursos, ora diretamente ao candidato, ora ao comitê de campanha. Aliás, as doações indiretas eram criticadas por entidades que monitoram as prestações de contas eleitorais, como a organização não-governamental Contas Abertas, por dificultar ao eleitor o acesso à informação sobre quem financia a campanha do seu candidato.

A primeira parcial da prestação de contas de verbas arrecadadas para campanha dos candidatos ainda indica falta de transparência nas doações. O eleitor continua na ignorância daqueles que doam para seus possíveis candidatos. O fim das chamadas doações ocultas, que estava prometido para as eleições deste ano, não foi cumprido (Contas Abertas, 2014).

O gráfico 1 mostra que a maior parte das doações indiretas possui o valor até R\$ 10.000,00, correspondendo a aproximadamente 60% do total de doações feitas por mineradoras indiretamente a campanhas de deputados estaduais de Minas Gerais. O restante das arrecadações se divide, respectivamente, entre aproximadamente 25% para doações indiretas nos valores entre R\$ 10.000,00 a R\$ 100.000,00 e 15% para valores acima de R\$ 100.000,00.

Já o Gráfico 2, referente às doações diretas por mineradoras para as campanhas dos deputados estaduais de Minas Gerais, reafirma o que foi dito anteriormente sobre as doações diretas possuírem um valor monetário médio maior do que as doações indiretas. Aproximadamente 9% das doações são até R\$ 10.000,00, 67% são entre R\$ 10.000 a R\$ 100.000 e 24% acima de R\$ 100.000,00.

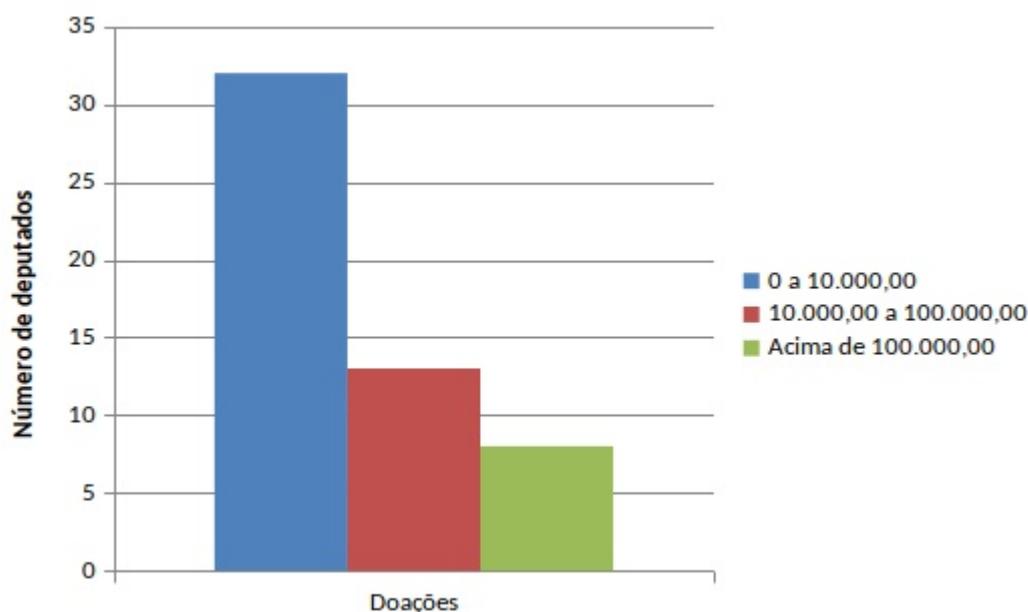


Gráfico 1: Doações Indiretas recebidas nas campanhas de 2014 para deputados estaduais de Minas Gerais. Fonte: Adaptado de TSE.

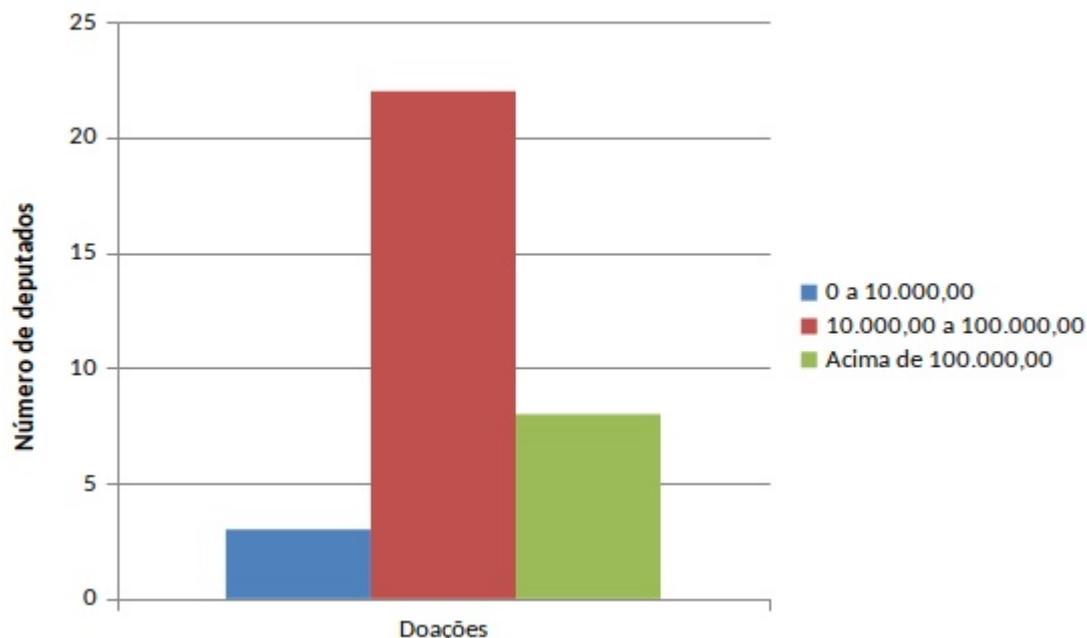


Gráfico 2: Doações diretas recebidas nas campanhas de 2014 para deputados estaduais de Minas Gerais. Fonte: Adaptado de TSE

A Tabela 1 mostra as doações indiretas feitas por 16 empresas mineradoras para as campanhas a deputado estadual de 2014. Quem lidera a lista é a Minerações Brasileiras Reunidas S.A. - MBR, empresa subsidiária da Vale S.A., com 36%; em segundo lugar temos a AngloGold Ashanti Corrego do Sitio Mineração S.A, com 17% e, em terceiro lugar, a Vale Energia S.A., com 16%.

Empresa	Valor (R\$)
MINERAÇÕES BRASILEIRAS REUNIDAS S.A. - MBR	833.916,67
ANGLOGOLD ASHANTI CORREGO DO SITIO MINERAÇÃO S.A	392.436,00
VALE ENERGIA S.A.	374.349,90
EMPRESA DE MINERACAO ESPERANÇA S/A	207.415,00
COMPANHIA BRASILEIRA DE METALURGICA E MINERAÇÃO	160.992,03
GERDAU AÇOS ESPECIAIS S.A.	142.180,80
VALE MINA DO AZUL S.A.	73.441,00
VALE MANGANES	38.749,38
VALLOUREC TUBOS DO BRASIL S/A	30.000,00
RIMA INDUSTRIAL S.A.	20.767,90
METALSIDER LTDA	20.099,50
COMPANHIA SIDERURGICA VALE DO PINDARE	6.066,00
U&M MINERACAO E CONSTRUCAO S/A	5.449,00
MINERACAO CORUMBAENSE REUNIDA S.A.	3.532,50
VALE ENGENHARIA S.A	2.184,00
ARCELORMITTAL BRASIL S.A	1.576,32
TOTAL DE DOAÇÕES INDIRETAS	2.313.156,00

Na Tabela 2, em primeiro lugar entre as 18 empresas que fizeram doações diretas, está a Companhia Brasileira de Metalurgia e Mineração, com 35% das doações. Em segundo lugar, Mineração Corumbaense Reunida S.A., com 16% das doações e, em terceiro lugar, a Salobo Metais S/A, com 7%.

Tabela 2 - Doações diretas por empresas mineradoras	
Empresa	Valor (R\$)
COMPANHIA BRASILEIRA DE METALURGIA E MINERAÇÃO	950.000,00
MINERACAO CORUMBAENSE REUNIDA S.A.	420.000,00
SALOBO METAIS S/A	200.000,00
VALE ENERGIA S.A	180.000,00
PHOENIX MINERAÇÃO E COMÉRCIO LTDA	160.700,00
ARCELOR MITTAL BRASIL S/A	155.000,00
COMPANHIA BRASILEIRA DE ALUMINIO	150.000,00
MINERAÇÕES BRASILEIRAS REUNIDAS S A MBR	120.000,00
RIMA INDUSTRIAL S.A.	100.000,00
COMPANHIA DE MINERAÇÃO SERRAZUL	60.000,00
COMPANHIA FERROLIGAS MINAS GERAIS	50.000,00
VOTORANTIM CIMENTOS S.A.	40.000,00
VALLOUREC TUBOS DO BRASIL S.A.	30.000,00
MOINHO SUL MINEIRO SA	25.000,00
GERDAU AÇOS ESPECIAIS	20.000,00
CEMTAL - MINERACAO & TRANSPORTES LTDA	20.000,00
L. M. A. MINEIRAÇÃO LTDA - ME	5.236,00
ARCELORMITTAL BIOENERGIA LTDA	5.000,00
TOTAL DE DOAÇÕES DIRETAS	2.690.936,00

INFLUÊNCIA DAS MINERADORAS NAS COMISSÕES PARLAMENTARES

Em levantamento feito em maio de 2017, no site da Assembleia Legislativa de Minas Gerais, constatamos que, dos deputados estaduais eleitos em 2014, 22 compunham a Comissão Extraordinária de Barragens e apenas quatro deles não receberam doações para as campanhas eleitorais de mineradoras. Ou seja, aproximadamente 82% dos deputados que compõem essa comissão receberam doações das mineradoras. Já dos 10 deputados estaduais que compunham a Comissão Permanente de Minas e Energia, nove receberam doações das mineradoras em 2014, ou seja, 90%. Por fim, na Comissão Permanente de Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável, composta por 10 membros, sete deputados receberam doações das mineradoras, ou seja, 70%. Existem deputados que atuam em mais de uma comissão ou mesmo em todas as três aqui apresentadas, como é o caso do deputado Thiago Cota, do PPS (Partido Popular Socialista, atual Cidadania).

Analisando-se essas três comissões, seria possível questionar sua imparcialidade ao discutir assuntos que envolvem interesses das empresas de mineração. Assim, repete-se no Legislativo estadual de Minas Gerais a situação verificada no Congresso Nacional: como os parlamentares envolvidos na discussão do Novo Código de Mineração foram financiados por mineradoras, os interesses destas tenderiam a prevalecer em detrimento dos interesses de moradores de áreas impactadas, trabalhadores, sindicalistas e representantes políticos que confrontam as mineradoras pelos prejuízos ambientais, sociais e culturais por elas causados (OLIVEIRA, 2014).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As disputas políticas possuem vários componentes: eleitores, financiadores de campanhas e os partidos políticos. Levando-se em consideração, a partir de dados anteriores, que o sucesso das

eleições está ligado ao maior gasto nas campanhas, podemos concluir, sobre os eleitores, que são influenciados indiretamente pelos recursos arrecadados e por outros aspectos, como o marketing político.

Quando se fala em relações promíscuas entre setor privado e governo, é importante fazer uma distinção entre práticas ilegais e práticas toleradas pela legislação. Recentes escândalos têm trazido à tona situações criminosas, como pagamento de propina a agentes públicos para obtenção de vantagens e benefícios que vão da elaboração de leis e normas favoráveis às empresas (muitas vezes em detrimento de interesses da coletividade) à tolerância a irregularidades que deveriam ser fiscalizadas e punidas pelos órgãos responsáveis. Por outro lado, as empresas também podem obter benefícios em troca de doações perfeitamente legais.

Neste trabalho, vimos como as mineradoras investiam em candidatos que, uma vez eleitos, tiveram participação destacada nos assuntos referentes à sua área de interesse, integrando em peso as comissões temáticas relacionadas ao setor de mineração. O cidadão não tem, assim, garantia de que o interesse público prevalecerá em relação aos interesses das empresas que financiaram campanhas eleitorais. Para muitos especialistas, o financiamento privado gera desequilíbrios no processo eleitoral e distorções na representação política (SPECK, 2012). Essa é a razão de haver o que podemos chamar de uma “bancada da mineração” na Assembleia Legislativa de Minas Gerais, enquanto a população impactada pela atividade minerária tem dificuldade em se fazer representar no Parlamento.

Tanto o suborno como as doações de campanhas com o intuito de adquirir vantagens particulares causam prejuízos públicos. Uma empresa que esteja doando para campanhas pensando em ganhos próprios pode demandar ajuda de agentes públicos para conseguir o que almeja. São muitos os potenciais benefícios, seja uma licitação de obra, uma licença ambiental, empréstimos, pagamentos de impostos, fiscalizações mais brandas, entre muitos outros. Além disso, os legisladores podem fazer indicações para a ocupação de cargos públicos, em que as pessoas que vão assumir tais cargos poderão também ter compromissos com interesses daqueles que doaram para campanha como uma eventual “troca de favores”. Em resumo, o modelo de financiamento privado de campanhas “nos conduz à **colonização** das estruturas estatais por parte dos poderosos grupos econômicos” (TONIAL, OLIVEIRA, p. 111).

As doações de campanhas não concedem potenciais vantagens apenas para o setor privado, mas também para aqueles que querem obter privilégios políticos, como no caso dos que estão buscando a reeleição. Uma vez já no poder, o político tem acesso a vários recursos públicos e pode se aproveitar disso para criar vantagens na hora de disputar as eleições. Ele também pode aproveitar a campanha eleitoral para obter apoio financeiro do setor privado, seja atraindo-o com propostas que atendam aos seus interesses ou em forma de ameaças com medidas administrativas. Podemos ver, assim, o quanto o privado e o público são interdependentes (SPECK, 2012).

As eleições de 2018 já serão realizadas sob novas regras, que excluíram o financiamento privado de campanha por pessoas jurídicas (por decisão do STF em 2015) e criaram o Fundo Especial de Financiamento de Campanha (Lei 13.487/17), constituído por recursos públicos. Espera-se que a adoção do financiamento público de campanha possa pôr fim definitivamente ao financiamento

privado e à consequente dependência financeira entre políticos e empresas (TONIAL, OLIVEIRA, p. 111). Mas ainda é preciso avaliar se essas medidas serão eficazes, tendo em vista o uso generalizado no Brasil do chamado “caixa 2”, isto é, recursos não contabilizados oficialmente.

BIBLIOGRAFIA:

BACKES, Ana Luiza. **Financiamento de campanhas eleitorais**. Brasília: Câmara dos Deputados, 2014. Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/a-camara/documentos-e-pesquisa/fiquePorDentro/temas/financiamento-de-campanha/TextobasedaConsultoria.pdf>> Acesso em 24 jul. 2018.

BRASIL.TSE. Cartilha sobre a prestação de contas das Eleições 2014. Brasília: Tribunal Superior Eleitoral, 2014. Disponível em: <<http://www.tre-rs.gov.br/upload/27/tse-cartilha-prestacao-de-contas-eleicoes-2014.pdf>> Acesso em: 3 abr. 2017.

CALIXTO, Bruno. Época. **A corrupção nas obras de Belo Monte - segundo a delação de Delcídio**. 31 de outubro de 2016. Disponível em: <epoca.globo.com/colunas-e-blogs/blog-do-planeta/noticia/2016/03/corruptao-nas-obras-de-belo-monte-segundo-delacao-de-delcidio.html> Acesso em: 3 abr. 2017.

CASTILHO, Alceu Luís. **Teia de interesses liga políticos a mineradoras em debate sobre o Código**. Agência de reportagem e jornalismo investigativo. 3 de outubro de 2013.

ESTADÃO. POLÍTICA. **Entenda como a Odebrecht aparece na Operação Lava Jato**. 27 de janeiro de 2015. Disponível em: <politica.estadao.com.br/noticias/geral,entenda-como-a-odebrecht-aparece-na-operacao-lava-jato,1625520> Acesso em: 3 abr. 2017.

LEMONS, Leany Barreiro. MARCELINO, Daniel. PEDERIVA, João Henrique. **Porque dinheiro importa: a dinâmica das contribuições eleitorais para o Congresso Nacional em 2002 e 2006**. OPINIÃO PÚBLICA, Campinas, vol. 16, nº 2, p.366-393, Novembro, 2010.

MATSUKI, Edgard. Agência Brasil. **Sete perguntas e respostas sobre a Operação Carne Fraca**. Brasília - 24 de março de 2017. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2017-03/sete-perguntas-e-respostas-sobre-operacao-carne-fraca>> Acesso em: 3 abr. 2017.

OLIVEIRA, Clarissa Reis. **Quem é quem nas discussões do novo Código de Mineração - 2014**. Brasília: Comitê Nacional em Defesa dos Territórios Frente à Mineração, 2014.

POLITIZE! **Financiamento privado de campanhas eleitorais: como funciona?** Disponível em: <<http://www.politize.com.br/financiamento-privado-de-campanhas/>>. Acesso em: 24 jul. 2018.

ROJAS, Claudia Marcela Orduz. PEREIRA, Doralice Barros. **O rompimento da barragem de Fundão/MG: reflexões preliminares sobre o modus operandi da Samarco (Vale/BHP Billiton)**. 41o Encontro Anual da ANPOCS. Caxambu/MG. 2017. Disponível em <<https://www.anpocs.com/index.php/papers-40-encontro-2/gt-30/gt06-14/10642-o-rompimento-da-barragem-de-fundao-mg-reflexoes-preliminares-sobre-o-modus-operandi-da-samarco-vale-bhp-billiton/file>> Acesso em 5 jul 2018.

SALCEDO, Gabriela. **Doações para candidatos permanecem ocultas**. Contas abertas. 7 de Agosto de 2014. Disponível em: <http://www.contasabertas.com.br/webiste/arquivos/9312>> Acesso em: 5 jun. 2017.

SANTOS, Manoel Leonardo. **Financiamento de campanha e apoio parlamentar à Agenda Legislativa da Indústria na Câmara dos Deputados**. OPINIÃO PÚBLICA, Campinas, vol. 21, nº 1, p. 33-59, Abril, 2015.

SKAF, Paulo. **Civismo sim, hipocrisia jamais!** Folha de São Paulo, 7 Abr. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/opiniaofz0704200908.htm>. Acesso em: 3 abr. 2017.

SPECK, Bruno Wilhelm. **O financiamento político e a corrupção no Brasil**. Temas de corrupção política, p. 49-97, 2012.

STF. **STF conclui julgamento sobre financiamento de campanhas eleitorais**. Brasília: Supremo Tribunal Federal, 2015. Disponível em: <<http://www.stf.jus.br/portal/cms/verNoticiaDetalhe.asp?idConteudo=300015>> Acesso em: 28 jun. 2017

TELES, Giovana. G1. **Operação Lava Jato começou em posto de gasolina de Brasília**

. Brasília - DF. 28 de julho de 2015. Disponível em: < <http://g1.globo.com/jornal-da-globo/noticia/2015/07/operacao-lava-jato-comecou-em-posto-de-gasolina-de-brasilia.html>> Acesso em: 28 jun. 2017

TOLEDO, José Roberto de. MAIA, Lucas de Abre. BURGARELLI, Rodrigo. **As 10 empresas que mais doaram em 2014 ajudam a eleger 70% da Câmara.** Estadão, 8 de novembro de 2014. Disponível em: <politica.estadao.com.br/noticias/geral,as-10-empresas-que-mais-doaram-em-2014-ajudam-a-eleger-70-da-camara,1589802> Acesso em: 3 abr. 2017.

TONIAL, Raíssa. OLIVEIRA, Elton Somensi de. **Os modelos de financiamento de campanha eleitoral e o contexto político-cultural brasileiro.** Direito & Justiça, v. 40, n. 1, p. 106-119, jan./jun. 2014.

TSE. Doações de pessoas jurídicas estão proibidas nas Eleições 2016. Brasília, 10 de agosto de 2016. Disponível em: < <http://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2016/Agosto/doacoes-de-pessoas-juridicas-estao-proibidas-nas-eleicoes-2016>> Acesso em: 28 jun. 2017.