UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIA POLÍTICA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA POLÍTICA
DOUTORADO EM CIÊNCIA POLÍTICA

MARCUS VINICIUS TAQUES ARRUDA

E AGORA, JOSÉ?
FINANCIAMENTO DE CAMPANHA E VOTO NO BRASIL (2012 E 2016)

RECIFE
2018

MARCUS VINICIUS TAQUES ARRUDA

E AGORA, JOSÉ?
FINANCIAMENTO DE CAMPANHA E VOTO NO BRASIL (2012 E 2016)

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciência Política da Universidade Federal Pernambuco, como requisito parcial para obtenção do título de Doutor em Ciência Política.

Orientador: Prof. Dr. Enivaldo Carvalho da Rocha.

RECIFE

2018

Catalogação na fonte
Bibliotecária: Maria Janeide Pereira da Silva, CRB4-1262

A779e Arruda, Marcus Vinicius Taques.
E agora, José? Financiamento de campanha e voto no Brasil (2012 e 2016) / Marcus Vinicius Taques Arruda. – 2018.
96 f. : il. ; 30 cm.

Orientador : Prof. Dr. Enivaldo Carvalho da Rocha.
Tese (doutorado) - Universidade Federal de Pernambuco, CFCH. Programa de Pós-Graduação em Ciência Política, Recife, 2018.
Inclui referências.

1. Ciência Política. 2. Eleições. 3. Campanhas eleitorais. 4. Fundos para campanhas eleitorais – Estudo comparado. 5. Candidatos políticos. 6. Votação. I. Rocha, Enivaldo Carvalho da (Orientador). II. Título.

320 CDD (22. ed.) UFPE (BCFCH2018-217)

MARCUS VINICIUS TAQUES ARRUDA

E AGORA, JOSÉ?
FINANCIAMENTO DE CAMPANHA E VOTO NO BRASIL (2012 E 2016)

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciência Política da Universidade Federal Pernambuco, como requisito parcial para obtenção do título de Doutor em Ciência Política.

Aprovada em 31/08/2018.

BANCA EXAMINADORA

_____
Prof. Dr. Enivaldo Carvalho da Rocha (Orientador)
Universidade Federal de Pernambuco

_____
Prof. Dr. Dalson Figueiredo Filho (Examinador Interno)
Universidade Federal de Pernambuco

_____
Prof. Dr. Erinaldo Ferreira do Carmo (Examinador Interno)
Universidade Federal de Pernambuco

_____
Prof. Dr. José Alexandre Silva Junior (Examinador Externo)
Universidade Federal do Alagoas

_____
Prof. Dr. Ranulfo Paranhos dos Santos Filho (Examinador Externa)
Universidade Federal do Alagoas

RESUMO

A proibição do financiamento empresarial no Brasil alterou a influência dos gastos de campanha sobre os resultados eleitorais? Essa tese testa a hipótese de que mesmo após o fim do financiamento de campanha por pessoas jurídicas no Brasil nas Eleições de 2016 se manteve uma correlação positiva entre a magnitude do efeito do gasto de campanha e a quantidade de votos obtidos pelos candidatos, bem como identifica quais atores passaram a influenciar no financiamento de campanha e consequentemente nos resultados eleitorais. O desenho de pesquisa combina estatística descritiva e multivariada para examinar informações secundárias coletadas no sítio eletrônico do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) a respeito das eleições para prefeitos e vereadores das capitais brasileiras no ano de 2016. Os resultados indicam que: (1) o gasto de campanha continua exercendo efeito positivo sobre a quantidade de votos obtidos nas eleições; e (2) o financiamento partidário passou a ter protagonismo nas eleições.

Palavras-chave: Financiamento de campanha. Eleições. Resultados eleitorais.

ABSTRACT

Has the ban on corporate financing in Brazil altered the influence of campaign spending on election results? This thesis tests the hypothesis that even after the end of campaign funding by legal entities in Brazil in the 2016 elections, there has been a positive correlation between the magnitude of the effect of campaign spending and the number of votes obtained by the candidates, as well as it identifies which actors started to influence the financing of the campaign and consequently the electoral outcomes. The research design combines descriptive and multivariate statistics to examine secondary information collected on the Electoral Superior Court (TSE) website regarding the elections for mayors and city councilors of Brazilian capitals in 2016. The results indicate that: (1) campaign spending continues to have a positive effect on the number of votes; and (2) party funding has come to play a leading role in the elections.

Keywords: Campaign financing. Elections. Electoral outcomes.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Regulamento de gastos dos 34 países analisados.....25
Gráfico 2 - Regulamento de gastos por região.....26
Gráfico 3 - Relatórios de gastos por região.....31
Gráfico 4 - Análise do tipo de financiamento de campanha por cargo (eleitos) – Capitais do Brasil (%).....67
Gráfico 5 - Histograma de variáveis “Receita Total” e “Votos” 68
Gráfico 6 - Correlação entre Receita Total e Votos de Vereador e Prefeito.....70
Gráfico 7 - Correlação entre Receita Total e Votos por situação “eleito” e “não eleito” 72
Gráfico 8 - Correlação entre Receita Partido e Votos 75

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Relatórios de financiamento de campanha dos países das Américas 28
Quadro 2 - Fonte dos recursos que constitui o Fundo Partidário 38
Quadro 3- Fontes de financiamento proibidos pelo art. 24 da lei 9.504/97 41
Quadro 4- Desenho de pesquisa.....64

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Existe proibição de doações de interesses estrangeiros para partidos políticos? 17
Tabela 2 - Existe proibição de doações de interesses estrangeiros para candidatos? 17
Tabela 3 - Existe proibição de doações corporativas para os partidos políticos? 18
Tabela 4 - Existe proibição de doações corporativas para os candidatos? 18
Tabela 5 - Existe proibição de doações de sindicatos para partidos políticos? 19
Tabela 6 - Existe proibição de doações de sindicatos para candidatos? 19
Tabela 7 - Existe proibição de doações anônimas para os partidos políticos? 20
Tabela 8 - Existe uma proibição de doações anônimas para os candidatos? 20
Tabela 9 - Existem provisões para financiamento público direto a partidos políticos? 22
Tabela 10 - Estatística descritiva da variável Receita Total 65
Tabela 11 - Modelo Explicativo por cargo x receita total 70
Tabela 12 - Modelo Explicativo por situação “eleito” e “não eleito” 72
Tabela 13 - Correlação entre receita total e votos por Unidade da Federação 73
Tabela 14 - Correlação entre receita total e votos por partido 74
Tabela 15 - Modelo Explicativo por cargo x receita partido 76
Tabela 16 - Modelo Explicativo por cargo x tipo de receita 76

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ADI	Ação Direta de Inconstitucionalidade
DI	Receita Internet
DIV	Receitas Diversas
CC	Receita Comitê ou outros Candidatos
FEFC	Fundo Especial de Financiamento de Campanha
FP	Fundo Partidário
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas
IDEA	Internacional Institute for Democracy and Electoral Assistance
IGP-DI	Índice Geral de Preços – Disponibilidade Interna
INPC	Índice Nacional de Preços ao Consumidor
LOPP	Lei Orgânica dos Partidos Políticos
OAB	Ordem dos Advogados do Brasil
OGE	Órgão Gestor Eleitoral
PF	Receita Pessoa Física
PJ	Receita Pessoa Jurídica
PP	Receita Partidos
PT	Partido dos Trabalhadores
PSDB	Partido da Social Democracia Brasileira
PIB	Produto Interno Bruto
QE	Quociente Eleitoral
QP	Quociente Partidário
RP	Receita Própria
STF	Supremo Tribunal Federal
TSE	Tribunal Superior Eleitoral

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO 12

2 FINANCIAMENTO DE CAMPANHA NAS AMÉRICAS: UM ESTUDO COMPARADO 15

2.1 PROIBIÇÕES E LIMITAÇÕES SOBRE FINANCIAMENTO PRIVADO 16

2.2 FINANCIAMENTO PÚBLICO 21

2.3 REGULAMENTAÇÃO SOBRE GASTOS 23

2.4 RELATÓRIOS, SUPERVISÃO E SANÇÕES 27

2.5 CONCLUSÃO 33

3 LEGISLAÇÃO BRASILEIRA E FINANCIAMENTO DE CAMPANHA (1945-2018): PANORAMA HISTÓRICO 35

3.1 HISTÓRICO DO MARCO REGULATÓRIO DO FINANCIAMENTO DE CAMPANHA NO BRASIL (1945-2018) 36

3.1.1 Das receitas 36

3.1.2 Dos gastos 42

3.1.3 Da prestação de contas 44

3.2 O FIM DO FINANCIAMENTO EMPRESARIAL NO BRASIL 45

3.2.1 A votação no Supremo Tribunal Federal 46

3.2.2 A Reforma Eleitoral de 2015 51

3.3 FUNDO ESPECIAL DE FINANCIAMENTO DE CAMPANHA (FEFC) 52

3.3.1 Controle do FEFC 53

3.3.2 Divisão dos recursos do Fundo Especial de Financiamento de Campanha (FEFC) 54

3.3.3 Da responsabilização criminal 55

3.4 CONCLUSÃO 55

4 E AGORA, JOSÉ? FINANCIAMENTO DE CAMPANHA E VOTO NO BRASIL (2012 E 2016) 57

4.1 BREVE REVISÃO DA LITERATURA 59

4.2 HIPÓTESES E VARIÁVEIS 61

4.2.1 Hipótese geral 61

4.2.2 Variáveis independentes 62

4.2.3 Variável Dependente 63

4.3 TESTES E RESULTADOS 64
5 CONCLUSÃO 77
REFERÊNCIAS.....79

1 INTRODUÇÃO

Muitas são as pesquisas que buscam explicar os fatores que influenciam nos resultados eleitorais. Dentre inúmeros trabalhos destacamos pesquisa apresentada por Mancuso (2015) que traz um balanço acerca da literatura sobre o tema.

Entre as variáveis independentes, o financiamento de campanha desponta como um dos fatores mais determinantes nos resultados eleitorais, demonstrando relação positiva entre os gastos de campanha e a quantidade de votos obtidos pelos candidatos nas mais diversas eleições analisadas. Importante estudo de Jacobson (1978 e 1980) foi um divisor de águas sobre o tema quando estimou que os gastos de campanha além de influenciarem os resultados eleitorais também agiam de forma diferente entre *incumbents* e *challengers*[1] ao analisar as eleições norte-americanas para a Câmara de Deputados.

Ao observarmos os tipos de financiamento de campanha, o financiamento empresarial tem chamado cada vez mais atenção dos pesquisadores em razão dos altos valores de dinheiro doados por empresas. No Brasil, por exemplo, Speck e Mancuso (2011) e Ferraz (2012) demonstraram que nas eleições de 2010 as empresas doaram 75% das doações privadas e mais da metade dessa quantia se concentraram em somente 70 grupos empresarias de um universo de 19 mil empresas que doaram.

Diante de um cenário político cada vez mais influenciado por grandes doadores, em sua grande maioria empresas, bem como inúmeros casos de corrupção envolvendo estes doadores e partidos políticos e/ou candidatos – destaque para a "Operação Lava-Jato"[2] - o Brasil passou por reformulações importantes em seu sistema político/eleitoral, que dentre outras coisas, proibiu o financiamento empresarial de campanha a partir das eleições de 2016. O movimento de fechar o cerco contra as doações de empresas já havia começado antes da

---

[1] Essa terminologia foi adotada pela área de estudos eleitorais para designar os candidatos que concorrem à eleição para o mesmo cargo (*incumbent*) versus aqueles que estão tentando pela primeira vez (*challenger*) ocupar aquele assento.

[2] A operação Lava Jato é a maior investigação de corrupção e lavagem de dinheiro que o Brasil já teve. Estima-se que o volume de recursos desviados dos cofres da Petrobras, maior estatal do país, esteja na casa de bilhões de reais. Soma-se a isso a expressão econômica e política dos suspeitos de participar do esquema de corrupção que envolve a companhia.

aprovação da reforma, pois o Supremo Tribunal Federal (STF) já havia decidido em 2015 pela inconstitucionalidade das doações de empresas a partidos e candidatos.

Diante deste novo modelo de financiamento de campanha, uma lacuna se abriu a respeito de estudos sobre os impactos do financiamento de campanha. A nova legislação brasileira tem sido efetiva na tentativa de reduzir a influência do capital nos resultados eleitorais?

O objetivo do nosso trabalho é analisar a relação entre gastos de campanha e resultados eleitorais no Brasil nas eleições de 2016 em comparação as eleições de 2012 e identificar quais atores passaram a influenciar no financiamento e consequentemente nos resultados eleitorais. A proibição do financiamento empresarial no Brasil alterou a influência dos gastos de campanha sobre os resultados eleitorais?

A presente tese está dividida em três capítulos. O primeiro traz um estudo comparado dos atuais sistemas de financiamento de partidos políticos e candidatos de 34 países dos continentes americanos, bem como suas tendências por meio de estatística descritiva e análise documental. O intuito é identificar similaridades nos países da região no que se refere à legislação eleitoral tendo como ponto de partida o arcabouço jurídico brasileiro. O segundo capítulo apresenta como se deu o desenvolvimento da legislação brasileira acerca do financiamento de campanha em sua história recente (1945-2018) e quais são os desafios do atual sistema de financiamento de campanha do país. O objetivo é descrever as principais características do nosso ordenamento jurídico no que diz respeito a receitas, gastos e prestações de contas. Este capítulo relata o julgamento do Supremo Tribunal Federal (STF) que proibiu as doações de pessoas jurídicas em 2015, bem como apresenta um estudo sobre o Fundo Especial de Financiamento de Campanha (FEFC), criado em 2017 para suprir o fim do financiamento empresarial. Por fim, o terceiro capítulo analisa a relação entre gastos de campanha e resultados eleitorais no Brasil nas eleições de 2016 em comparação às eleições de 2012 - em 2016 pela primeira vez foi aplicada a proibição do financiamento empresarial - e identifica quais atores passaram a influenciar no financiamento e consequentemente nos resultados eleitorais. O desenho de pesquisa combina estatística descritiva e multivariada para

examinar informações secundárias coletadas no sítio eletrônico do Tribunal Superior Eleitoral (TSE).

2 FINANCIAMENTO DE CAMPANHA NAS AMÉRICAS: UM ESTUDO COMPARADO

Em grande parte do mundo há movimento crescente para um maior controle sobre os gastos de campanha, haja vista já ser pacífico o entendimento sobre a influência do dinheiro sobre os resultados eleitorais[3], bem como sobre a atuação dos partidos políticos[4]. Tal movimento não poderia ser diferente nos países das Américas, independentemente se desenvolvido ou subdesenvolvido. O problema reside na aplicação das normas dos sistemas de financiamento de alguns países, em especial para os da América Central e do Sul, muito em razão de questões estruturais:

> Na América Latina, a aplicação dos regulamentos é um grande problema em muitos países. Há também preocupações sobre o aumento dos gastos em campanhas eleitorais em vários países da região, frequentemente combinado com laços fortes entre o setor político e o financiamento ilegal, inclusive com o tráfico de drogas. Outros países da região mostram uma crescente dependência do financiamento público e uma morosidade fiscal subsequente por parte dos partidos. (OHMAN, 2015, p. 33)

Gastos cada vez maiores em campanhas eleitorais colocam em xeque a igualdade de condições entre todos os candidatos e partidos, afrontando assim um efetivo processo democrático e republicano, haja vista que quanto maior os gastos, maior a chance de êxito eleitoral, bem como maior dependência das vontades dos financiadores ao invés da população como um todo.

Financiamento de campanha e sua influência sobre resultados eleitorais é agenda recorrente na Ciência Política por estarem umbilicalmente ligados ao amadurecimento democrático e republicano de um país. Basicamente, financiadores ao apoiarem campanhas eleitorais buscam dois objetivos, sendo o primeiro o êxito do candidato e posteriormente a defesa dos seus interesses por parte do político.

---

[3] MANCUSO, W. P. (2015), "Investimento eleitoral no Brasil: balanço da literatura (2001-2012) e agenda de pesquisa", *Revista de Sociologia e Política*, v. 23, n. 54, p. 155-183.

[4] SANTOS, Manoel Leonardo et al. Financiamento de campanha e apoio parlamentar à Agenda Legislativa da Indústria na Câmara dos Deputados. Opin. Publica, Campinas, v. 21, n. 1, p. 33-59, Apr. 2015.

> Neste sentido, os financiadores escolhem candidatos e doam-lhes recursos para que os invistam em suas campanhas e assim aumentem suas chances de êxito eleitoral. Outro objetivo é afetar a atuação pós-eleitoral dos candidatos vencedores. Uma vez eleitos, os candidatos tornam-se decisores públicos e as decisões que tomarão podem vir a afetar os interesses dos contribuidores. Neste caso, a contribuição eleitoral é um investimento feito pelo financiador, na expectativa de que o candidato, uma vez eleito, leve em conta os interesses de quem o financiou. (MANCUSO; SPECK, 2015)

Neste capítulo realizaremos um estudo comparado entre 34 países das Américas do Sul, Central e do Norte sobre os seus respectivos sistemas de financiamento político atuais. Há similaridade entre os países estudados? Como podemos considerar a legislação brasileira e sua aplicabilidade em relação aos demais países analisados?

Para realizar tal análise, utilizamos o banco de dados sobre financiamento político do *International Institute for Democracy and Electoral Assistance (IDEA)*[5].

O presente capítulo é dividido em quatro seções. Começamos abordando as proibições e limites sobre o financiamento privado. Em seguida, o financiamento público é o alvo de nossa atenção. Posteriormente analisamos os regulamentos sobre gastos dos países estudados. Na quarta seção é dado destaque aos relatórios, supervisão e sanções dos sistemas de financiamento dos países em epígrafe. Ao final são apresentadas as considerações finais, onde propomos uma agenda sobre o tema.

2.1 PROIBIÇÕES E LIMITAÇÕES SOBRE FINANCIAMENTO PRIVADO

Proibições e limitações sobre o financiamento privado estão diretamente ligadas ao enfrentamento dos impactos negativos que recursos oriundos de interesses particulares possam ter em um processo democrático. Estas barreiras têm como objetivo tornar legítimo o processo eleitoral.

Com o intuito de evitar a interferência de interesses estrangeiros, alguns países proíbem tais doações tanto a partidos como candidatos.

---

[5] O Banco de Dados de Financiamento Político do International Idea está disponível em: <www.idea.int/ political-finance>

Tabela 1 - Existe proibição de doações de interesses estrangeiros para partidos políticos?

Região	Resposta	N	% (válido)
América Central	Não	10	52,6
	Sem dados	4	21,1
	Sim	5	26,3
	Total	19	100,0
América do Norte	Sim	3	100,0
América do Sul	Sem dados	2	16,7
	Sim	10	83,3
	Total	12	100,0

Fonte: International Idea. Estes dados foram coletados em maio de 2018. Os dados são regularmente atualizados.

Todos os países das Américas do Norte e Sul[6] proíbem doações de interesses estrangeiros a partidos políticos. Não obtivemos dados de 04 (quatro) países da América Central, enquanto que pouco mais da metade, 52,6% permitem doações de interesses estrangeiros. Tal prática evidência a fragilidade da autonomia política interna desses países.

Tabela 2 - Existe proibição de doações de interesses estrangeiros para candidatos?

Região	Resposta	N	% (válido)
América Central	Não	10	52,6
	Sem dados	4	21,1
	Sim	5	26,3
	Total	19	100,0
América do Norte	Sim	3	100,0
América do Sul	Não	2	16,7
	Sem dados	2	16,7
	Sim	8	66,7
	Total	12	100,0

Fonte: International Idea. Estes dados foram coletados em maio de 2018. Os dados são regularmente atualizados.

[6] Levando-se em consideração apenas aqueles países que tivemos acesso a dados. Não obtivemos acesso a informações de apenas 02 (dois) países. Sendo eles, Suriname e Guiana.

Se analisadas as proibições em relação aos candidatos, muda muito pouco o cenário. Somente dois países da América do sul que mudam de postura em relação a doações estrangeiras. São eles, Argentina[7] e Bolívia.

Tabela 3 - Existe proibição de doações corporativas para os partidos políticos?

Região	Resposta	N	% (válido)
América Central	Não	14	73,7
	Sem dados	3	15,8
	Sim	2	10,5
	Total	19	100,0
América do Norte	Sim	3	100,0
América do Sul	Não	6	50,0
	Sem dados	2	16,7
	Sim	4	33,3
	Total	12	100,0

Fonte: International Idea. Estes dados foram coletados em maio de 2018. Os dados são regularmente atualizados.

No Brasil, a mais importante mudança recente em sua legislação eleitoral foi o fim das doações corporativas a partidos e candidatos. Tal medida visa limitar a influência de interesses privados sobre o público[8].

Ao todo, dos países que apresentaram dados, 20 (vinte) não proíbem doações de empresas a partidos políticos. Já em relação aos candidatos são 18 (dezoito) os países que proíbem doações empresariais, conforme podemos observar na tabela abaixo.

Tabela 4- Existe proibição de doações corporativas para os candidatos?

Região	Resposta	N	% (válido)
América Central	Não	12	63,2
	Sem dados	5	26,3
	Sim	2	10,5
	Total	19	100,0
América do Norte	Sim	3	100,0
América do Sul	Não	6	50,0
	Sem dados	2	16,7
	Sim	4	33,3
	Total	12	100,0

[7] Na Argentina ocorre que candidatos individuais não estão autorizados a participar nas eleições, apenas através de partidos políticos. Neste sentido, o financiamento para candidatos individuais não é permitido, e os partidos são o único ator autorizado a receber fundos e reportar suas despesas.

[8] Como trataremos mais a frente, a simples proibição de forma alguma consegue alcançar o seu objetivo.

Fonte: International Idea. Estes dados foram coletados em maio de 2018. Os dados são regularmente atualizados.

Proibir doações de sindicatos, assim como de corporações, visa limitar a influência de grupos de interesses em partidos e candidatos sobre suas agendas políticas em caso de sucesso eleitoral.

Enquanto que na América do Norte todos os países proíbem doações de sindicatos para partidos políticos, nas Américas Central e do Sul boa parte dos países, 68% e 41,7% respectivamente, não proíbem tais doações.

Tabela 5- Existe proibição de doações de sindicatos para partidos políticos?

Região	Resposta	N	% (válido)
América Central	Não	13	68,4
	Sem dados	5	26,3
	Sim	1	5,3
	Total	19	100,0
América do Norte	Sim	3	100,0
América do Sul	Não	5	41,7
	Sem dados	2	16,7
	Sim	5	41,7
	Total	12	100,0

Fonte: International Idea. Estes dados foram coletados em maio de 2018. Os dados são regularmente atualizados.

No que diz respeito a doações de sindicatos para candidatos, continua a proibição por todos os países da América do Norte com muita pouca mudança para as outras duas regiões.

Tabela 6- Existe proibição de doações de sindicatos para candidatos?

Região	Resposta	N	% (válido)
América Central	Não	12	63,2
	Sem dados	5	26,3
	Sim	2	10,5
	Total	19	100,0
América do Norte	Sim	3	100,0
América do Sul	Não	2	16,7
	Sem dados	3	25,0
	Sim	7	58,3
	Total	12	100,0

Fonte: International Idea. Estes dados foram coletados em maio de 2018. Os dados são regularmente atualizados.

Coibir doações anônimas é umas das maiores armas a favor da transparência e controle social e contra a corrupção e interesses escusos, haja vista que o anonimato fomenta um ambiente de não cumprimento das normas eleitorais e a afronta ao interesse público.

Tabela 7 - Existe proibição de doações anônimas para os partidos políticos?

Região	Resposta	N	% (válido)
América Central	Não	8	42,1
	Não, mas limite específico	2	10,5
	Sem dados	4	21,1
	Sim	5	26,3
	Total	19	100,0
América do Norte	Não, mas limite específico	2	66,7
	Sim	1	33,3
	Total	3	100,0
América do Sul	Não, mas limite específico	3	25,0
	Sem dados	2	16,7
	Sim	7	58,3
	Total	12	100,0

Fonte: International Idea. Estes dados foram coletados em maio de 2018. Os dados são regularmente atualizados.

Em todas as regiões existem países que possuem exceções à proibição de doações anônimas para partidos políticos. Na América Central e do Norte 02 (dois) países cada e na América do Sul 03 (três) não proíbem, mas estipulam limites específicos. No Chile, o valor das contribuições anônimas recebidas por partido ou candidato durante uma campanha não pode exceder 20% do limite de despesas da campanha. No Peru, a proibição não se aplica a fundos arrecadados em manifestações públicas, desde que seu valor total não exceda o limite de 30 unidades fiscais por ano. Por fim, no Uruguai as contribuições anônimas não podem exceder 4.000 Unidades Indexadas e, sob nenhuma circunstância, as doações anônimas podem exceder 15% das receitas declaradas dos partidos políticos em um ano.

Tabela 8 - Existe uma proibição de doações anônimas para os candidatos?

Região	Resposta	N	% (válido)
América Central	Não	8	42,1

	Não, mas limite específico	1	5,3
	Sem dados	4	21,1
	Sim	6	31,6
	Total	19	100,0
América do Norte	Não, mas limite específico	2	66,7
	Sim	1	33,3
	Total	3	100,0
América do Sul	Não	1	8,3
	Não, mas limite específico	2	16,7
	Sem dados	2	16,7
	Sim	7	58,3
	Total	12	100,0

Fonte: International Idea. Estes dados foram coletados em maio de 2018. Os dados são regularmente atualizados.

Na América do Norte, Estados Unidos e Canadá não proíbem, mas limitam doações anônimas para candidatos a pequenas quantias. Dos 34 países analisados somente 14 apresentam dados que proíbem irrestritamente as doações anônimas a candidatos.

2.2 FINANCIAMENTO PÚBLICO

O financiamento público de partidos e/ou candidatos surge como uma alternativa ao impacto do financiamento privado sobre os resultados eleitorais. Em situações em que o recurso público é bem distribuído e fiscalizado há uma maior igualdade entre os competidores, tornando-se assim o processo mais democrático, pois mais candidatos teriam condições de chegar até o eleitorado, ampliando assim o pluralismo político e a gama de opções ao cidadão. Outro objetivo do financiamento público quando aliado a disposições que limitam os gastos nas campanhas é diminuir a vantagem dos candidatos mais abastados. Este modelo de financiamento também acaba por aumentar o poder de fiscalização e controle do Estado, haja vista que o mesmo pode limitar o acesso aos recursos públicos quando não cumpridas determinadas exigências.

Este sistema de financiamento de campanha pode se dar de forma direta e indireta, ou seja, distribuindo recursos diretamente a partidos e/ou candidatos ou

concedendo serviços de forma gratuita ou subsidiada, como por exemplo o acesso ao horário gratuito de propaganda eleitoral.

Quando se trata de financiamento público direto aos partidos políticos, destacamos que mais da metade dos países da América central não subsidiam os partidos com recursos públicos. Enquanto isso, na América do Norte em todos os países há financiamento público direto, seja regularmente ou durante as campanhas.

Tabela 9- Existem provisões para financiamento público direto a partidos políticos?

Região	Resposta	N	% (válido)
América Central	Não	10	52,6
	Sim, em relação às campanhas	3	15,8
	Sim, fornece financiamento regularmente	2	10,5
	Sim, fornece financiamento regularmente e durante as campanhas	4	21,1
	Total	19	100,0
América do Norte	Sim, em relação às campanhas	2	66,7
	Sim, fornece financiamento regularmente e durante as campanhas	1	33,3
	Total	3	100,0
América do Sul	Não	4	33,3
	Sim, fornece financiamento regularmente	1	8,3
	Sim, fornece financiamento regularmente e durante as campanhas	7	58,3
	Total	12	100,0

Fonte: International Idea. Estes dados foram coletados em maio de 2018. Os dados são regularmente atualizados.

Dos 34 (trinta e quatro) países analisados, 14 (quatorze) não financiam com dinheiro público diretamente os partidos políticos. Venezuela em 1999 e Bolívia em 2008 aboliram a prática de financiamento público direto.

No Brasil, além do Fundo Partidário, foi criado em 2017 o Fundo Especial de Financiamento de Campanha (FEFC)[9] logo após a proibição do financiamento empresarial. A previsão para as eleições de 2018 é que sejam distribuídos 1,7 bilhões de reais aos partidos políticos conforme previsão do Tribunal Superior Eleitoral.

Merece destaque quando falamos sobre financiamento público os critérios para a escolha de partidos políticos a receber os recursos, bem como em que proporção. Entre os países das Américas, existem alguns países em que todos têm

[9] Lei nº 13.488/2017.

acesso ao financiamento, como é o caso da Argentina[10]. No entanto, a maioria dos países analisados utilizam a quantidade de votos ou número de vagas alcançadas nas eleições como critérios para o acesso ao recurso público. Entendemos ser esta a maneira mais eficiente na distribuição de recursos, pois evita o surgimento de candidaturas sem nenhuma ou quase nenhuma representatividade com apenas o intuito de obter recursos públicos. Por outro lado, países com nível de corte muito alto, como é o caso do Brasil, podem impedir o surgimento de novas lideranças. No Brasil, o partido deve ter obtido 5% (cinco por cento) dos votos nas últimas eleições para a Câmara dos Deputados para ter acesso ao Fundo Partidário enquanto que somente 2% (dois por cento) do Fundo Especial de Financiamento de Campanha (FEFC) será dividido igualitariamente entre todos os partidos com estatutos registrados no Tribunal Superior Eleitoral.

2.3 REGULAMENTAÇÃO SOBRE GASTOS

Todos os países, de uma forma ou outra, possuem regulamentação sobre os gastos das campanhas políticas. O ponto chave sobre os regulamentos é se de fato são aplicados. De nada adianta um país ter um arcabouço jurídico extenso sobre financiamento de campanha se não está acompanhado de estruturas formais de controle que garantam que tais normas sejam cumpridas.

> Os limites de doação são notoriamente difíceis de controlar, uma vez que as doações são muitas vezes feitas em segredo. Do mesmo modo, é fácil proibir doações de empresas, mas certificar-se de que os fundos de corporações não sejam dados aos partidos políticos por meio de pessoas físicas é muito mais complicado. Outras regras são mais fáceis de serem aplicadas. Por exemplo, para regular os gastos em anúncios televisivos nas Filipinas, um limite foi definido para o número de minutos por dia que qualquer candidato pode anunciar. (OHMAN, 2015)

Dentre as inúmeras dificuldades em se controlar corretamente o financiamento político, destacam-se fatores como aplicação enviesada da legislação,

[10] No que diz respeito à alocação dos recursos, para as eleições presidenciais e legislativas, 50% são distribuídos igualmente entre os partidos participantes. O restante é distribuído utilizando critérios proporcionais de votação.

instituições de controle sem autonomia, legislação divergente do contexto do país, ausência de vontade política no efetivo controle e até mesmo limitações econômicas para o efetivo cumprimento e controle da legislação.

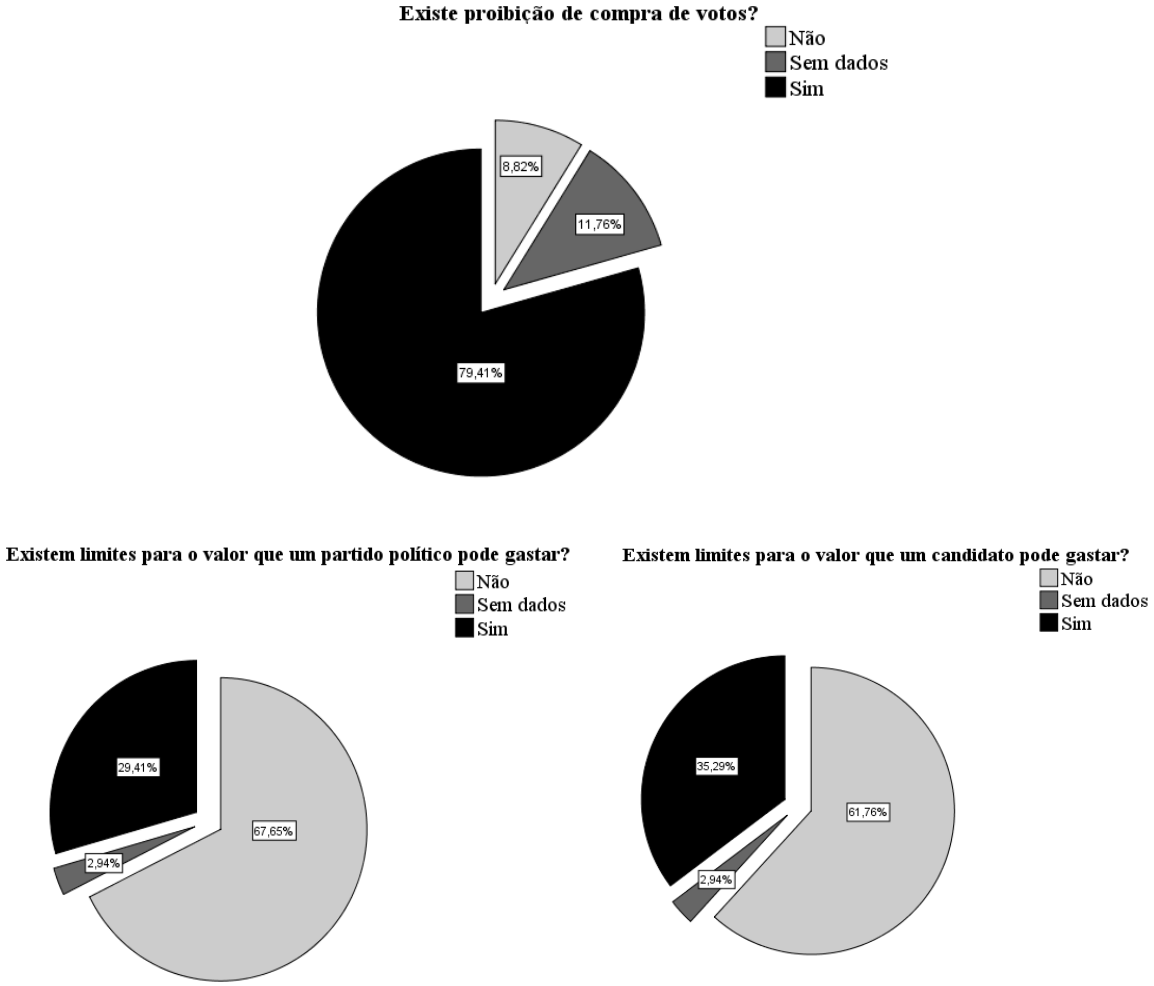
> Vários estudos importantes examinaram o papel do dinheiro na política latino-americana nas últimas décadas. Esses estudos confirmam que há uma lacuna entre as normas legais densas que existem em quase todos os países da região e o papel do dinheiro na vida política e eleitoral das democracias latino-americanas. Embora dados completos, atuais e facilmente comparáveis estejam disponíveis sobre os regulamentos de financiamento, informações práticas e quantitativas sobre os valores de financiamento (especialmente sua origem real e seu impacto na vida democrática) não estão disponíveis. (LONDOÑO; ZOVATTO, 2015, p. 182)

Nesta seção passamos a comparar os regulamentos dos países das Américas - em especial a proibição da compra de votos, limites de gastos por partido político e limites de gastos por candidato - no intuito de identificar similaridades e discrepâncias em suas bases legais, bem como a efetividade do cumprimento de tais normas.

Ao analisarmos de forma unificada os 34 países da amostra, observamos que a grande maioria veda a compra de votos[11].

[11] Entendemos por compra de votos não somente a transferência direta de numerário ao eleitor, mas qualquer forma de paroquialismo ou trocas escusas que induza o voto do eleitor.

Gráfico 1 - Regulamento de gastos dos 34 países analisados



Fonte: International Idea. Estes dados foram coletados em maio de 2018. Os dados são regularmente atualizados.

Ao todo, 79,41% dos países proíbem a compra de votos, enquanto que não obtivemos dados de 11,76% (maioria países da América Central). Destaque para os países que não proíbem tal prática, tais como Venezuela, Argentina[12] e Guiana.

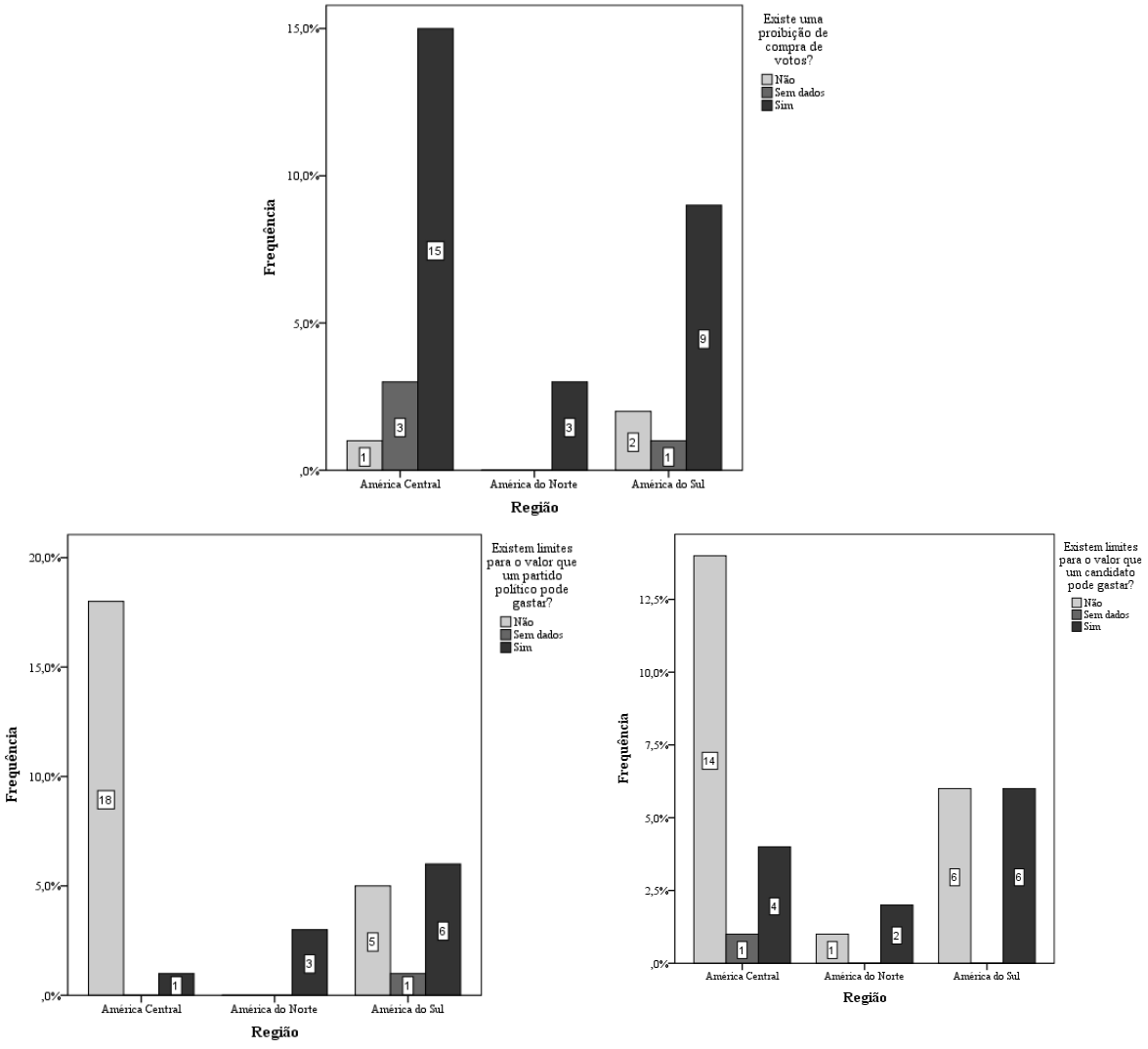
Quando o assunto é a existência ou não de limites para o valor que um partido político pode gastar chama a atenção o fato de maioria dos países não imporem limites aos gastos (67,65%), uma vez que é consolidada na Ciência Política a teoria do impacto do dinheiro nos resultados eleitorais. Algo muito parecido ocorre

[12] No entanto, a indução para votar em qualquer via baseada em fraude é considerada uma ofensa criminal punível com prisão.

quando analisamos os gastos dos candidatos, pois apenas 35,29% dos países em tela limitam os gastos dos concorrentes[13].

Tal situação se mostra uma grande fragilidade dos sistemas políticos e afronta aos interesses republicanos em grande parte dos países americanos, pois coloca em vantagem os partidos maiores que já estão no poder e concorrentes abonados.

Gráfico 2 - Regulamento de gastos por região



Fonte: International Idea. Estes dados foram coletados em maio de 2018. Os dados são regularmente atualizados.

[13] No Chile assim como no Brasil, para cada eleição, o Serviço Eleitoral publica, com base em suas legislações, os valores máximos a serem gastos. Ambos os países tiveram reformas eleitorais recentes.

Ao analisarmos as regiões das Américas de forma isolada podemos observar certa heterogeneidade no que diz respeito aos seus regulamentos de gastos de campanha, principalmente quando comparamos a América do Norte com a do Sul e Central.

Enquanto na América do Norte todos os países vedam a compra de voto, nas Américas do Sul e Central este número cai para 80% e 76,2% respectivamente. O mesmo ocorre com a existência de limites de gastos para partidos e candidatos. Na América do Norte existem limites de gastos para os partidos em todos os países e 63,3% limitam os gastos dos candidatos. No Canadá, por exemplo, os limites para os candidatos são calculados de acordo com uma fórmula baseada no número de nomes nas listas preliminares ou revisadas de eleitores para cada distrito eleitoral, sendo ainda o limite ajustado pela a inflação. Na América do Sul 50% dos países limitam os gastos dos partidos[14] enquanto apenas metade impõem limites aos candidatos. Já na América central, dos 19 países analisados incríveis 18, quase a totalidade, não limitam gastos dos partidos, bem como 15 não restringem os candidatos.

2.4 RELATÓRIOS, SUPERVISÃO E SANÇÕES

Somente um controle efetivo acompanhado de sanções em caso de descumprimento pode tornar efetiva e factível as normas acerca do financiamento de campanha. Qualquer regramento jurídico que verse sobre arrecadação e gastos de partidos políticos e candidatos deve ser combinado com instrumentos para garantir o seu fiel cumprimento. Há que se levar em consideração ainda que existe pouco incentivo para partidos e políticos regularem fortemente o financiamento político, haja vista que são partes interessadas nas regras do jogo que podem garantir ou não suas eleições ou reeleições.

O efetivo controle do financiamento político necessita de instituição pública e independente para garantir o fiel cumprimento das normas.

[14] Estão entre os países que não limitam os gastos dos partidos políticos na América do Sul a Bolívia, Suriname, Uruguai e Venezuela.

> A aplicação efetiva requer uma instituição pública com um mandato claro e independência suficiente, recursos e vontade de se envolver com questões de finanças políticas. A Organização para a Segurança e a Cooperação no Escritório da Europa para as Instituições Democráticas e Direitos Humanos e a Comissão de Veneza têm argumentado que “devem ser tomadas medidas eficazes na legislação e na prática do Estado para garantir a independência (da instituição aplicadora) da pressão política e compromisso com a imparcialidade”. (OHMAN, 2015, p. 60)

É necessário um trabalho em conjunto e sólido do tripé relatórios, supervisão e sanções para o cumprimento satisfatório da legislação.

No quadro abaixo é apresentado a forma como os países analisados regulam os relatórios/prestação de contas de partidos e candidatos.

Quadro 1 - Relatórios de financiamento de campanha dos países das Américas

País	Os partidos políticos devem relatar regularmente sobre suas finanças?	Os partidos políticos devem informar sobre suas finanças em relação às campanhas eleitorais?	Os candidatos têm que informar sobre suas finanças de campanha?	As informações dos relatórios dos partidos políticos e / ou candidatos é divulgada publicamente?	Os relatórios dos partidos políticos e / ou candidatos devem revelar a identidade dos doadores?
Antígua e Barbuda	Não	Sim	Não	Não	Às vezes
Argentina	Sim	Sim	Não	Sim	Sim
Bahamas	Não	Não	Não	Não se aplica	Não se aplica
Barbados	Não	Não	Sim	Não	Não
Belize	Não	Não	Não	Não se aplica	Não se aplica
Bolívia	Sim	Sim	Não	Não	Sim
Brasil	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim

Canadá	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
Chile	Sim	Sim	Sim	Sim	Às vezes
Colômbia	Sim	Sim	Não	Sim	Às vezes
Costa Rica	Sim	Sim	Não	Sim	Sim
Dominica	Não	Não	Não	Não se aplica	Não se aplica
El Salvador	Não	Não	Não	Não se aplica	Não se aplica
Equador	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
Estados Unidos	Sim	Sim	Sim	Sim	Às vezes
Granada	Não	Não	Não	Não se aplica	Não se aplica
Guatemala	Sim	Não	Não	Sim	Sim
Guiana	Sem dados	Sim	Sim	Sim	Sim
Haiti	Não	Sim	Sim	Sem dados	Às vezes
Honduras	Sim	Não	Sim	Sim	Não
Jamaica	Não	Não	Sim	Sim	Não
México	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
Nicarágua	Sim	Não	Não	Sim	Não
Panamá	Sim	Sim	Sim	Não	Sim
Paraguai	Sim	Sim	Sim	Não	Sim
Perú	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
República Dominicana	Sem dados	Sim	Não	Não	Não

Santa Lúcia	Não	Não	Não	Não se aplica	Não se aplica
São Cristóvão e Nevis	Não	Não	Não	Não se aplica	Não se aplica
São Vicente e Granadinas	Não	Não	Não	Não se aplica	Não se aplica
Suriname	Sim	Sim	Sim	Sim	Sem dados
Trinidad e Tobago	Não	Não	Sim	Sim	Sim
Uruguai	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
Venezuela	Sim	Sim	Sim	Não	Sim

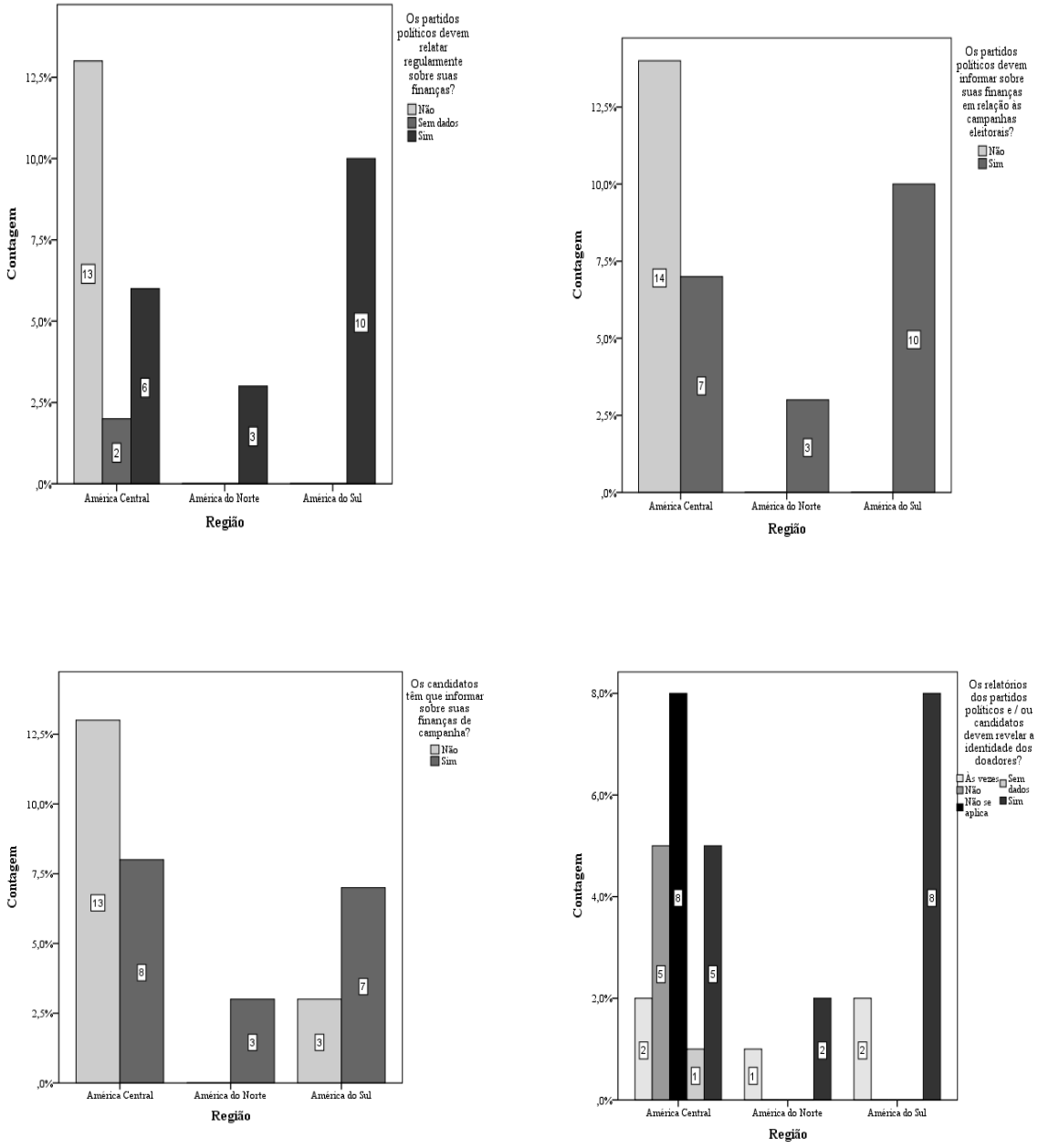
Fonte: International Idea. Estes dados foram coletados em maio de 2018. Os dados são regularmente atualizados.

Destacamos que o Brasil apresenta um alto controle normativo em relação aos gastos, exigindo relatórios de partidos e candidatos, bem como divulgação de tais informações e até mesmo de doadores. Porém, na prática, escândalos como o da “Operação Lava-Jato” demonstram ainda uma falta de efetividade das normas.

A América Central chama a atenção pelo elevado número de países com uma total ausência de obrigatoriedade de relatórios. Entre eles, El Salvador, São Cristóvão e Nevis, São Vicente e Granadinas, Santa Lúcia, Granada, Dominica, Belize e Bahamas.

Quando analisamos as respostas agrupadas por região, mais uma vez fica evidente a discrepância entre as regiões do Norte e Sul em relação à região central.

Gráfico 3 - Relatórios de gastos por região



Fonte: International Idea. Estes dados foram coletados em maio de 2018. Os dados são regularmente atualizados.

Na América do Norte todos os países obrigam os partidos políticos a apresentarem relatórios regularmente e durantes as campanhas e os candidatos referente às suas finanças de campanha.

Em relação à supervisão, ao analisarmos em conjunto os 34 países, em 23 (67,6%) os órgãos de gestão eleitoral são os responsáveis por receber relatórios

financeiros de partidos políticos e/ou candidatos, enquanto que em 15 (44,1%) são os responsáveis por examinar relatórios financeiros e/ou investigar violações. No entanto, se analisados somente os países da América do Sul e do Norte, em 100% dos casos os órgãos de gestão eleitoral examinam relatórios financeiros e/ou investigam violações. Um grande problema a ser enfrentado é a confiabilidade das informações prestadas, especialmente nos países latinos.

> O Projeto Crinis liderado pela Transparência Internacional avaliou o cumprimento dos três estágios de relatórios de financiamento (contabilidade, apresentação de relatórios ao OGE15 e acesso público aos relatórios). Constatou-se que na Argentina, como nos outros países estudados, a confiabilidade dos dados oficiais era limitada. Nos relatórios apresentados pelos partidos antes da eleição geral, havia lacunas entre as informações fornecidas e os rendimentos e despesas reais. O estudo também constatou que a exigência de que os partidos apresentem relatórios financeiros em formato eletrônico padrão, em vigor desde as eleições de 2005, não melhorou a apresentação dos dados. A Colômbia obteve os regulamentos mais eficazes e os dados mais consistentes; os auditores registrados analisavam regularmente a contabilidade interna legalmente exigida dos partidos. Costa Rica recebeu uma classificação de “regular” por sua falta de formatos-padrão para os relatórios, mas recebeu uma pontuação satisfatória sobre o cumprimento da exigência de apresentação de informações. Outros países, como Guatemala e Nicarágua, sujeitam o financiamento público à apresentação de relatórios financeiros, mas não estipulam seu formato ou os períodos de tempo para a apresentação. A investigação Crinis também observou que as informações dos partidos políticos e candidatos no Panamá, Paraguai e Peru, especialmente em relação às contribuições privadas, não são muito confiáveis. (LONDOÑO; ZOVATTO, 2015, p. 206)

Os órgãos de gestão eleitoral necessitam, entre outras garantias, de delegações de poderes transparentes, independência, orçamento próprio e pessoal qualificado para alcançarem o seu objetivo institucional. No Brasil, cabe à Justiça Eleitoral este papel, podendo requisitar o auxílio de outras instituições, como por exemplo, Receita Federal e Polícia Federal. A sociedade civil e a imprensa também podem e devem exercer um papel fundamental no controle dos gastos, haja vista que muitas vezes irregularidades são encontradas por esses segmentos.

Um dos instrumentos que possuem as instituições responsáveis pelo exame dos relatórios financeiros e investigação de violações são as sanções. Dos casos analisados somente 02 (dois) não preveem a aplicação de sanções, sendo eles

[15] Órgão de gestão eleitoral.

República Dominica e Suriname. Todos os outros países aplicam sanções que vão de menor impacto até sanções penais. No Brasil, entre outros desdobramentos, podem ser aplicadas as sanções de multas, perda financiamento público, cancelamento do partido, perda do cargo eleito, prisão etc. A lei n° 13.488/2017, que recentemente criou Fundo Especial de Financiamento de Campanha no Brasil prevê pena de reclusão de dois a seis anos e multa para o candidato, o administrador financeiro da campanha, ou quem de fato exerça essa função que se apropriar de bens, recursos ou valores destinados ao financiamento eleitoral, em proveito próprio ou alheio.

2.5 CONCLUSÃO

A legislação de um país acerca do financiamento de campanha é de extrema importância para o seu processo político e democrático. No entanto, mais importante ainda é a execução prática de seu avental jurídico vigente. De nada adianta ter legislações modernas se não criar condições efetivas para a supervisão de tais regulamentos. Na prática, controlar limites de gastos de campanha e proibições de determinadas fontes doações é extremamente difícil. A mídia noticia com frequência escândalos de caixa dois e corrupção praticados com a finalidade de fomentar partidos políticos e candidatos. A proibição de doação por parte de empresas, por exemplo, pode ser facilmente burlada com a utilização de pessoas físicas para “normalizar” tais doações.

É preciso ter e investir em uma instituição independente, com mandato claro de suas atribuições, recursos humanos e financeiros suficientes para receber relatórios, investigar e aplicar possíveis sanções. Somente com um ambiente de controle fortalecido é que as legislações sobre financiamento de campanha serão realmente aplicadas.

Buscamos com o presente trabalho apresentar um estudo comparado entre 34 países das Américas, tendo como foco o financiamento de campanha. O acesso às informações na região é satisfatório, bem como sua sistematização, com algumas exceções, principalmente em países da América Central. O que se nota ainda, em termos gerais, é um frágil controle dos relatórios, supervisão e sanções. Em alguns

países os relatórios se mostram mera formalidade, sem qualquer conexão com o que ocorre na prática, como por exemplo prestações de contas de campanha que subestimam o valor de fato gasto, ou ainda de difícil entendimento e acesso.

No que diz respeito às suas legislações, os resultados alcançados mostram certa proximidade entre os países das Américas do Sul e Central e distanciamento da América do Norte. No entanto, se fizermos um recorte sobre o Brasil podemos observar que nos critérios utilizados na presente pesquisa o país tem mais pontos em comum com países norte-americanos do que os demais da região central e sul.

O Brasil, em termos de legislação está bastante avançado, enquanto ainda anda a passos lentos, apesar de melhora significativa, no cumprimento de seu arcabouço jurídico referente ao tema pesquisado.

3 LEGISLAÇÃO BRASILEIRA E FINANCIAMENTO DE CAMPANHA (1945-2018): PANORAMA HISTÓRICO

Financiamento de campanha e seus impactos nas disputas eleitorais cada vez mais tem sido objeto de pesquisas em razão da interferência negativa dos recursos financeiros sobre um processo eleitoral efetivamente democrático.

Segundo Zovatto (2005), o tema do financiamento político se converteu em uma questão estratégica de toda democracia, e ao mesmo tempo, dada sua complexidade e os desafios que apresenta. Ainda nesta linha:

> Em particular, é possível destacar os seguintes argumentos em favor de mais regulamentação sobre as contribuições de campanha e os níveis de gasto dos partidos e dos candidatos: (1) muito dinheiro é despendido no financiamento das eleições; (2) campanhas políticas dependentes de doações corporativas (grupos de interesse) não são representativas dos desejos da população, mas sim enviesadas em favor dos grupos doadores; (3) o gasto de campanha influencia decisivamente os resultados eleitorais, ou seja, com dinheiro é possível comprar votos, ferindo o princípio do governo democrático representativo e (4) as contribuições de campanha exercem um efeito deletério sobre o comportamento congressual, isso porque congressistas trocam decisões e/ou não-decisões políticas por doações de campanha. (FIGUEIREDO FILHO, 2012)

O presente capítulo tem como objetivo analisar as mudanças no arcabouço jurídico brasileiro sobre o financiamento de campanhas eleitorais, tendo como marco temporal o período de 1945 - início da redemocratização brasileira - até os dias atuais. Nesta pesquisa, utilizamos os dados divulgados pelo Tribunal Superior Eleitoral[16] e pelo *The International Institute for Democracy and Electoral Assistance (IDEA)*.

Dividimos este capítulo em quatro seções. Na primeira seção tratamos das mudanças na legislação com foco sobre o tripé receitas, gastos e prestação de contas. Em seguida abordamos o julgamento do STF sobre a Ação Direta de Inconstitucionalidade n° 4.650 que teve como resultado a declaração de inconstitucionalidade do financiamento de campanha por pessoas jurídicas e posterior edição da lei 13.165/2015 que proibiu tal financiamento. Na terceira seção trata-se da criação do Fundo Especial de Financiamento de Campanha, criado em

[16] http://www.tse.jus.br

2017 pela lei 13.487 com o objetivo de financiar campanhas eleitorais com recursos públicos. Por fim, apresentamos nossas considerações finais.

3.1 HISTÓRICO DO MARCO REGULATÓRIO DO FINANCIAMENTO DE CAMPANHA NO BRASIL (1945-2018)

Ao longo dos mais de meio século, que separa o ano de 1945 - ano marcado pela redemocratização do regime político brasileiro, após os quase sete anos da política getulista do “Estado Novo” - do então recém iniciado ano de 2018 - que marcará a oitava eleição presidencial direta sob a égide da Constituição Federal de 1988, que também completará neste ano 30 décadas da sua promulgação - as normas que regulam o tripé eleitoral do financiamento de campanha (Receitas, Gastos e Prestação de Contas) sofreram inúmeras modificações visando promover desde um maior equilíbrio nas disputas eleitorais, até mesmo, coibir a vulnerabilidade de candidatos eleitos perante seus financiadores de campanha.

Para uma melhor compreensão deste tripé eleitoral, esta pesquisa optou por dividir em três tópicos o tema:

3.1.1 Das receitas

Uma das primeiras intervenções sobre o quesito financiamento de campanha foi trazido pelo Decreto-Lei n.º 9.258 de 14 de Maio de 1946, que em seu artigo 26, alínea “a”, proibiu todos os partidos políticos de receberem quaisquer formas de contribuição e/ou auxílios de origem estrangeiras. Determinação que se mantêm até os dias atuais.

Já a Lei nº 1.164, de 24 de Julho de 1950, conhecida como o 4º Código Eleitoral Brasileiro, além de promover uma reforma no ordenamento eleitoral organizando todas as normas esparsas, vedou através do seu art. 144, incisos II e III, os partidos políticos de receberem seja de forma direta ou indireta, quaisquer contribuição proveniente de sociedade de economia mista e de empresas que

fossem concessionárias de algum serviço público, bem como de receber de autoridade pública recursos de proveniência ilegal.

Ambas as proibições, tinham o viés de evitar o crescimento dos partidos comunistas no Brasil, no caso da primeira, e também evitar o risco iminente daquelas organizações financiarem candidatos e partidos para futuramente exigir deles algum benefício ilícito, no caso da segunda conforme Souza (2013).

Contudo, o Código Eleitoral Brasileiro de 1950 também trouxe garantias para os candidatos e partidos políticos, pois à época os meios de comunicação, rádio e televisão, estavam nas mãos de poucos grupos empresariais[17], acarretando no monopólio ou oligopólio comercial, então art. 130 da Lei nº 1.164/50, visando dar maior equilíbrio entre os candidatos e partidos políticos, disciplinou que as emissoras de rádio deveriam disponibilizar pelo menos duas horas das suas transmissões à propaganda eleitoral partidária, devendo ser pelo menos uma hora no período noturno, privilegiando o horário de maior audiência. O art. 130 disciplinou ainda que as emissoras seriam responsáveis em promover um rigoroso critério de rotatividade entre os partidos políticos, mediante tabela de preços iguais para todos, permitindo o acesso de forma igualitária.

Conforme pode ser observado pela análise do art. 130, o Código Eleitoral de 1950 garantiu o direito ao acesso a propaganda eleitoral, porém não de forma gratuita. A gratuidade de acesso às emissoras de rádio e televisão só veio ocorrer com a promulgação da Lei nº 4.109, de 27 de julho de 1962, que em seu artigo 13, parágrafo 3º, asseverou que todas as rádios e televisões deveriam, nos 60 dias que antecedem a data da eleição até 48 horas antes do pleito, reservar duas horas da sua programação normal para a propaganda eleitoral gratuita, sendo uma hora durante o dia, entre as 13h e às 18h, e uma hora à noite entre 20h e 22h. Pelo dispositivo legal ficou assegurado ainda que as emissoras deveriam manter uma rigorosa rotatividade de candidatos e partidos, respeitando a proporcionalidade de representação da legenda no Congresso Nacional e nas Assembleias Legislativas

[17] A primeira emissora de televisão brasileira foi inaugurada oficialmente em 18 de setembro de 1950, pelo império jornalístico Diários e Emissoras Associados, comandado por Assis Chateaubriand, sob o nome de TV TUPI - Canal 3: <http://cultura.estadao.com.br/noticias/televisao,ha-60-anos-era-inaugurada-a-tv-tupi-primeira-emissora-de-tv-do-brasil,611809>

Estaduais e Câmaras Municipais, ficando a cargo da Justiça Eleitoral fazer a fixação e fiscalização da distribuição desse tempo.

Com o inicio do Regime Militar que vigorou no Brasil entre 1964 a 1985, o até então Código Eleitoral vigente foi revogado expressamente pela Lei nº 4.737, de 15 de julho de 1965, que instituiu o Novo Código Eleitoral Brasileiro. Segundo essa nova legislação eleitoral, promulgado pelos militares, ficou proibido que os candidatos e partidos políticos recebessem qualquer doação de empresas privadas com fins lucrativos, devendo os recursos utilizados nas campanhas serem oriundos dos seus filiados, ou dos detentores de cargos eletivos e/ou de doações proveniente de pessoas físicas.

Por causa desta restrição dos partidos e candidatos em receberem doações de empresas privadas, a maior parte dos recursos para a campanha passou a vir do Fundo de Assistência Financeira aos Partidos Políticos, conhecido atualmente como Fundo Partidário.

O Fundo Partidário (FP) foi criado pela Lei Orgânica dos Partidos Políticos nº 4.740, de 15 de julho de 1965 (LOPP), que no Capítulo IX disciplinou a fonte dos seus recursos, que deveriam ser proveniente desde os valores acumulados pelo recebimento das multas aplicadas pela infringência da própria Lei nº 4.740/65, a até mesmo das doações proveniente de pessoas físicas.

Conforme ensina Souza (2013) o FP tinha como finalidade tornar os partidos políticos e os candidatos eleitorais mais independentes dos recursos privados, resultando então numa possível diminuição da interferência do poder econômico, e proporcionando um maior equilíbrio durante o pleito eleitoral.

Mesmo com a revogação da Lei nº 4.740/65, o Fundo Partidário continuou existindo, haja vista que a Lei nº 5.682, de 21 de julho de 1971, que revogou a LOPP de 1965, previu em seu Título VIII, que o Fundo Especial de Assistência Financeira aos Partidos Políticos seria constituído pelas de fontes de recursos que já estavam previstas na lei anterior, porém com alguns acréscimos. Vejamos:

Quadro 2 - Fonte dos recursos que constitui o Fundo Partidário

Inciso	Fonte
I	Das multas e penalidades aplicadas nos termos do Código Eleitoral e leis

	conexas
II	Dos recursos financeiros que lhe forem destinados por lei, em caráter permanente ou eventual;
III	De doações particulares, inclusive com a finalidade de manter o instituto a que se refere o artigo 118, número V.
IV	De doações de pessoa física, no limite, máximo de 200 (duzentas) vezes o maior salário mínimo do País, inclusive com a finalidade de manter os institutos de estudos e formação política;
V	Dotações orçamentárias da União.

Fonte: Lei nº 5.682, de 21 de julho de 1971.

Resgatando ainda a Lei nº 4.740/65, verificasse que o art. 56 e seus incisos, retoma proibições já tratadas anteriormente pelas normas eleitorais, como a proibição de receber contribuição de pessoa ou entidade estrangeira, de autoridades ou órgãos públicos, das sociedades de economia mista e das empresas concessionárias de serviço público, e de empresa privada de finalidade lucrativa.

Segundo Souza (2013), esta proibição de receber contribuição de empresa privada, se originou pela movimentação na política, após 1964, em direção à esquerda, que levou a formação de grupos anticomunistas que poderiam ser financiados por empresários com a mesma ideologia.

Dando continuidade a análise dos dispositivos da Lei nº 5.682/71, observa-se que houveram poucas alterações nas vedações para recebimento de recursos por parte dos partidos e candidatos, em comparação as vedações da Lei n bº 4.740/65 sobre o tema. As inovações neste sentido foram a adição da proibição dos partidos políticos em receberem contribuições de entidade de classe ou sindical, a vedação de receberem recursos de autarquias, empresas públicas e fundações instituídas em virtude de lei e para cujos recursos concorram órgãos ou entidades governamentais.

Com o fim do regime militar e a promulgação da Constituição da República Federativa do Brasil, em 05 de outubro de 1988, pouca coisa mudou no regramento do tripé recursos, gastos e prestação de conta. A Constituição Cidadã continuou prevendo a existência do Fundo Partidário, que ainda seguia sendo uma das principais fontes de recursos dos partidos políticos para as campanhas eleitorais,

bem como assegurou a propaganda eleitoral gratuita aos partidos, respeitando a representativa de cada um no Congresso Nacional.

Nas eleições de 1989, a primeira eleição direta após o regime militar, que teve como vitorioso para o cargo máximo da nação, Fernando Collor de Mello, que governou o Brasil de 15 de março de 1990 até o seu *impeachment*, ocorrido em 29 de dezembro de 1992. Durante o pleito vitorioso de Collor, a Lei nº 5.682/71, ainda estava vigente, logo, as doações oriundas de empresas privadas continuavam proibidas conforme já tratado anteriormente. Segundo Tonia e Oliveira (2014) o fato das proibições impostas pela legislação vigente a época, deu margem para que já na primeira eleição após a ditadura militar, nascesse o esquema PC Farias[18], e consequentemente ao escândalo, a retomada do debate dos gastos de campanha e as brechas na fiscalização das verbas arrecadas. Tonia e Oliveira (2014) ressaltam ainda que outro tema levantado pelo esquema PC Farias e que vem crescendo a cada dia foi a necessidade do aumento da fiscalização dos financiamentos de campanha e a necessidade de imposição de sanções por abuso econômico.

Essa discussão levou a proposta de que o financiamento das campanhas passasse a ser feito exclusivamente por recurso público, ou caso não fosse possível o financiamento em sua totalidade, que a maior parte fosse arcada pelo Estado. A pretensão de tal proposta era diminuir a corrupção que poderia surgir pelo vínculo antiético entre o candidato e o seu financiador, que poderia exigir práticas ilícitas dos candidatos em troca do financiamento de sua campanha.

Com a promulgação da Lei nº 9.096, de 19 de setembro de 1995, lei dos partidos políticos, houve nova alteração nas fontes do Fundo Partidário, que além das fontes já previstas na LOPP de 1971, a lei dos partidos políticos definiu qual seria a quantia que o Estado deveria repassar para o Fundo Partidário. Segundo o art. 38, inciso IV, deveria ser repassado para o Fundo Partidário o número de

[18] O dito esquema recebeu este nome porque tinha como figura central no caso o empresário Paulo César Farias. Durante a campanha política para as eleições de 1989, PC Farias foi tesoureiro da chapa que unia Fernando Collor de Mello e Itamar Franco para disputa da Presidência da República. Após a vitória nas urnas, Farias continuou muito próximo ao governo do recém empossado presidente Fernando Collor, com influência em várias áreas do governo. No entanto, mais do que ser um governo paralelo, PC sobrepunha seu esquema ao próprio governo oficial. PC foi acusado de formação de quadrilha e extorsão, além de cumplicidade em concussão, que é o uso de cargo ou função para obter vantagens. As acusações contra PC acabariam por envolver o próprio presidente da República. Collor foi acusado de ter recebido dinheiro de PC Farias para favorecer empresas.

eleitores inscritos em 31 de dezembro do ano anterior ao da proposta orçamentária, multiplicados por trinta e cinco centavos de real, promovendo então um aumento no repasse aos partidos. Em comparação ao repasse para as eleições de 1994 para o repasse para as eleições de 1996, houve um reajuste do FP de quase 30 vezes, saltando de menos de 1 milhão de reais para mais de 20 milhões.

Com o advento da Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, poucas coisas mudaram nas fontes de arrecadação para as campanhas. O artigo 23 e seus incisos passaram a disciplinar as doações oriundas de pessoa física, que não poderiam ultrapassar a 10% do rendimento bruto recebido no ano anterior, no entanto, caso o doador seja o próprio candidato, o limite de 10% poderia ser desconsiderado e deveria ser adotado o limite máximo de gastos estabelecido pelo seu partido, nos termos do art. 18 da mesma lei.

Ficou a cargo do art. 81 e seus incisos disciplinar as doações feitas por pessoas jurídicas, que não estavam proibidas por lei. Segundo este artigo as empresas só poderiam doar para os partidos e coligações até 02 (dois) por cento do faturamento bruto do ano anterior à eleição, sendo que a infringência desta proibição poderia resultar em multa de 05 a 10 vezes sobre o valor ultrapassado, além de ficarem suspensa por 05 anos de participarem de qualquer licitação pública ou firmarem contratos com o Poder Público.

No que tange as demais fontes de arrecadação, a Lei das Eleições de 1997 elucidou com o artigo 24 as seguintes proibições:

Quadro 3- Fontes de financiamento proibidos pelo art. 24 da lei 9.504/97

Inciso	Fonte
I	Entidade ou governo estrangeiro
II	Órgão da administração pública direta e indireta ou fundação mantida com recursos provenientes do Poder Público
III	Concessionário ou permissionário de serviço público
IV	Entidade de direito privado que receba, na condição de beneficiária,
V	Entidade de utilidade pública

VI	Entidade de classe ou sindical
VII	Pessoa jurídica sem fins lucrativos que receba recursos do exterior
VIII	Entidades beneficentes e religiosas
IX	Entidades esportivas
X	Organizações não-governamentais que recebam recursos públicos
XI	Organizações da sociedade civil de interesse público

Fonte: Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997.

Para as eleições de 2018, estará vigente a Lei das Eleições de 1997, porém com algumas alterações oriundas da Lei nº 13.488/2017. Entre as principais alterações, está a proibição dos candidatos, partidos e coligações de receberem recursos e/ou contribuição de pessoas jurídicas de qualquer natureza.

3.1.2 Dos gastos

A Lei nº 1.164/50, como já citado, conhecida como Código Eleitoral Brasileiro de 1950, foi a primeira norma jurídica que regulou a forma que se daria os gastos dos candidatos e partidos políticos durante a campanha eleitoral. O art. 143, incisos I e II deste código, passou a regular que seria dever de todos os partidos políticos estipularem em seus estatutos quais seriam os limites máximos que os seus candidatos poderiam gastar com campanha eleitoral, bem como o limite das contribuições e auxílios que poderiam receber de seus filiados. Outra exigência positivada pelo art. 143 acerca dos gastos de campanha e que deu uma maior lisura ao processo eleitoral, por meio dos §§1º e 2º, foi a obrigatoriedade dos partidos manterem escrituração das suas receitas e despesas, sendo que os livros de escrituração deveriam ser rubricados pelo presidente do Tribunal Superior, ou presidente do Tribunal Regional, ou juiz eleitoral, conforme cada situação.

Em 1962, mais uma norma eleitoral restritiva surge para limitar a utilização dos recursos arrecadados pelos candidatos e/ou pelos partidos políticos. Segundo §12 do artigo 11 da Lei nº 4.115, de 22 de agosto de 1962, era proibido de forma explicita que candidatos e/ou partidos políticos contratassem espaço no rádio e

televisão com objetivo de divulgação da propaganda eleitoral, tanto de forma direta ou indireta, nos 30 dias que antecederem o pleito eleitoral. Vale destaque que o §13 do mesmo artigo trazia também a vedação de contratação até dos auto-falantes para propaganda eleitoral, porém o prazo limite era de 08 dias precedente a data da eleição.

Nas eleições de 1998, estava vigorando a Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, e segundo esta norma, quaisquer despesas com as campanhas eleitorais deveriam ser realizadas sob a responsabilidade dos partidos políticos ou de seus candidatos, contudo devendo obedecer o que disciplinava a própria lei, por exemplo:

> 1.No momento do registro da candidatura, os partidos ou coligações deveriam comunicar a Justiça Eleitoral os valores máximos que ele gastariam durante a campanha eleitoral com cada candidato;
> 2.Caso os partidos ou coligações gastassem mais recursos além dos valores declarados, seriam multados em 5 a 10 vezes a quantia em excesso;

Impulsionados pelo escândalo do mensalão[19], em 10 de maio de 2006, foi promulgado a Lei nº 11.300, conhecida como minirreforma política, pois essa lei alterou alguns dispositivos da Lei nº 9.504/97. A partir dela ficou proibido a realização de comícios, também conhecidos por “showmícios”, a distribuição de presentes ou brindes e a propaganda eleitoral por meio de outdoors.

Outra alteração introduzida pela minirreforma de 2006 foi que a partir das eleições de 2006, caberia não mais aos partidos, mas sim a lei fixar, até o dia 10 de junho de cada ano eleitoral, qual seria o limite dos gastos de campanha para cada cargo em disputa. Contudo a lei deixou uma lacuna, já que no silêncio dela, voltaria aos partidos a necessidade deles próprios fixarem os limites de gastos para aquela campanha, tendo que posteriormente comunicar a Justiça Eleitoral que daria publicidade a informação.

---

[19] O mensalão é o nome do principal escândalo que atingiu o governo do presidente Luiz Inácio Lula da Silva em 2005 - durante o primeiro mandato - e que consistia em um esquema de pagamento de propina a parlamentares para que votassem a favor de projetos do governo. Entre os 39 acusados, estão parlamentares, ex-ministros, dirigentes do Banco Rural e o empresário e publicitário Marcos Valério. O ex-chefe da Casa Civil José Dirceu era apontado como chefe do esquema. Disponível em: <http://noticias.r7.com/brasil/noticias/entenda-o-escandalo-do-mensalao-20101007.html> Acesso em: 25 jan. 2018

Em 2015, aconteceu mais uma minirreforma política, através da Lei nº 13.165, de 29 de setembro de 2015, que alterou as Leis nºs 9.504, de 30 de setembro de 1997, 9.096, de 19 de setembro de 1995, e 4.737, de 15 de julho de 1965 - Código Eleitoral, para reduzir os custos das campanhas eleitorais, simplificar a administração dos partidos políticos e incentivar a participação feminina. Segundo a minirreforma de 2015, que vetou o artigo 81 da Lei nº 9.504/97, estava proibido qualquer tipo de doação empresarial para campanhas eleitorais, permanecendo o limite de 10% do rendimento bruto do ano anterior para as pessoas físicas.

3.1.3 Da prestação de contas

O tema prestação de contas eleitoral foi tratado inicialmente na Lei nº 4.740/65 em seu artigo 58, inciso IV e VI, que disciplinou a obrigatoriedade dos partidos políticos e comitês em apresentarem a prestação de contas ao final de todas as campanhas eleitorais, sendo que estas prestações seriam avaliadas pela Justiça Eleitoral, e conservar toda a documentação comprobatória da prestação por um prazo não inferior a 05 anos.

Já o artigo 71 da LOPP, previu ainda a obrigatoriedade dos partidos políticos em fazer a prestação de conta, anualmente, ao Tribunal de Contas da União dos recursos recebidos no exercício anterior e sua aplicação, sendo que a falta da prestação e/ou a sua desaprovação resultaria na perda do direito de recebimento de novas quotas, sem prejuízo da responsabilização civil e criminal.

Estas normativas foram recepcionadas pela Lei nº 5.682/71 que vigorou até a sua revogação pela Lei nº 9.096, de 19 de setembro de 1995, que dispôs sobre os partidos políticos e regulamentou os arts. 17 e 14, § 3º, inciso V, da Constituição Federal, logo, as eleições de 1994 ainda estavam sob a égide da Lei 5.682/71 que indicava que era responsabilidade dos candidatos a veracidade de todas as informações referente aos seus gastos de campanha eleitoral.

Com o surgimento da Lei dos Partidos em 1995, houve novas alterações na prestação de contas, graças ao artigo 32, § 3º, que passou a obrigar os partidos políticos a apresentarem à Justiça Eleitoral, nos quatro meses antes da eleição e

dois meses posterior, o balancete contábil mensal, sendo que após o pleito os candidatos também ficarão responsáveis em apresentar os seus balancetes contábil.

Já com a entrada em vigor da Lei das Eleições de 1997, ficou definido pelo art. 28, que as prestações de contas poderiam ser feitas de duas formas, dependendo do tipo de eleição que o candidato estivesse concorrendo, no caso de concorrerem a uma eleição majoritária, as prestações de contas deveriam ser feitas conforme disciplinado pela Justiça Eleitoral, no caso de concorrerem a uma eleição proporcional, a prestação de conta deveria ser feita nos moldes definido na própria Lei das Eleições, devendo em ambos os casos obedecerem o mesmo prazo, que era de 30 dias após as eleições, no caso de disputar o 2º turno, o candidato ganhava mais 30 dias. A lei ainda dava o prazo de 08 dias antes da diplomação para a Justiça Eleitoral julgar todas as contas dos candidatos eleitos no pleito.

Conforme ensina Souza (2013) a Lei das Eleições de 1997 acrescentou ainda a obrigatoriedade dos partidos políticos e dos candidatos em abrirem contas bancárias para o registro de todas as movimentações financeiras da campanha, sendo que as contas deveriam ser abertas independentemente se haveria ou não movimentação financeira durante o período.

Com a publicação da Resolução Nº 20.987, de 21 de fevereiro de 2002, pelo Tribunal Superior Eleitoral, ficou definido que a partir da eleição de 2002 as prestações de contas deveriam ser feitas por meio eletrônico, possibilitando que os cidadãos tenham acesso aos valores recebidos e gastos por cada candidato, bem como facilitando a fiscalização pelos órgãos competentes.

3.2 O FIM DO FINANCIAMENTO EMPRESARIAL NO BRASIL

A população brasileira assistiu nas últimas décadas o aumento vertiginoso[20] nos gastos de campanhas eleitorais, bem como observou uma relação cada vez mais não republicana entre financiadores de campanha e seus financiados.

[20] Segundo Backes e Vogel (2014), em 2002, os gastos declarados à Justiça Eleitoral por partidos e candidatos nas campanhas para deputado federal alcançaram R$ 189,6 milhões; em 2010, esse valor chegou ao montante de R$ 908,2 milhões, um crescimento de 479% em oito anos. Na mesma direção, as campanhas presidenciais, que custaram R$ 94 milhões, em 2002, alcançaram a cifra de R$ 590 milhões em 2010, um crescimento de 627% em oito anos.

Destaque para o financiamento empresarial de campanha, responsável pela maioria das doações de campanha[21] e também pelos inúmeros casos de “caixa 2” e corrupção. A “Operação Lava-Jato”[22] que teve início em 2014 acabou revelando a relação promíscua entre empresas financiadoras de campanhas e políticos, através de um grande esquema de corrupção.

O financiamento de campanha fomentado pela corrupção passou a ser pauta constante nos noticiários, expondo assim uma ferida que precisava ser tratada. A repercussão das investigações desaguou na decisão do Supremo Tribunal Federal ocorrida em 17 de setembro de 2015 de proibir as doações de empresas para campanhas eleitorais.

3.2.1 A votação no Supremo Tribunal Federal

No dia 05 de setembro de 2011, o Conselho Federal da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB) ajuizou Ação Direta de Inconstitucionalidade (ADI 650)[23] no Supremo Tribunal Federal (STF) requerendo a inconstitucionalidade dos dispositivos das leis n° 9.096/05 (Lei dos partidos políticos) e n° 9.504/97 (Lei das eleições) que permitiam o financiamento empresarial de campanhas políticas, bem como fosse imposto um limite para as doações de pessoas físicas e do uso de recursos próprios dos candidatos. A ADI foi distribuída ao Ministro Luix Fux para relatoria.

---

[21] Em 2012, Mancuso destacou que nas eleições de 2010 as empresas foram responsáveis por 75% das doações privadas, sendo que 50% dessas doações se concentraram em apenas 70 grupos empresariais em um total de 19 mil empresas doadoras.

[22] A operação da polícia federal teve início em março de 2014 ao investigar um posto de gasolina por lavagem de dinheiro. Com o avançar das investigações foi sendo desvendado um dos maiores casos de corrupção do país, envolvendo empresas estatais, líderes políticos e grandes empresas doadoras de campanhas eleitorais.

[23] Na ADI, a OAB pediu que fosse declarada a inconstitucionalidade parcial, sem redução de texto, do artigo 24 da Lei 9.504/97 (Lei Eleitoral), na parte em que autoriza a doação por pessoas jurídicas a campanhas eleitorais, bem como a inconstitucionalidade do parágrafo único do mesmo dispositivo, e do artigo 81, *caput* e parágrafo 1º, da referida lei, atribuindo-se, em todos os casos, eficácia *ex nunc* (a partir da decisão). Pede ainda que seja declarada a inconstitucionalidade parcial, sem redução de texto, do artigo 31 da Lei 9.096/95 (Lei dos Partidos Políticos), na parte em que autoriza a realização de doações por pessoas jurídicas a partidos políticos. A entidade pediu ainda que o Congresso Nacional editasse legislação para estabelecer limite *per capita* uniforme para doações de pessoas físicas a campanha eleitoral ou a partido político.

Como justificativa para o ingresso da ação, o presidente da OAB, Ophir Cavalcante, alegou que "a infiltração do poder econômico nas eleições gera graves distorções", haja vista que aumenta as chances de vitória dos mais ricos em relação aos mais pobres nas eleições, bem como a influência sobre o Estado.

> Esta dinâmica do processo eleitoral torna a política extremamente dependente do poder econômico, o que se afigura nefasto para o funcionamento da democracia. Daí porque um dos temas centrais no desenho institucional das democracias contemporâneas é o financiamento das campanhas eleitorais. Além disso, dita infiltração cria perniciosas vinculações entre os doadores de campanha e os políticos, que acabam sendo fonte de favorecimentos e de corrupção após a eleição. (CAVALCANTE, 2011)

A ação foi tema de uma audiência pública realizada em 2013, convocada pelo relator, ministro Luiz Fux. Somente em 11 de dezembro de 2013 o STF iniciou o julgamento da ADI 4.650 em sessão plenária. O relator se pronunciou pela procedência da ação para declarar a inconstitucionalidade de artigos das duas leis que tratam da possibilidade de pessoas jurídicas doarem a partidos e campanhas por entender que a legislação vigente à época permitia a influência do poder econômico sobre o poder político e que tal situação vinha se agravando nos últimos anos. Sobre os crescentes gastos eleitorais, ponderou o ministro em seu voto:

> De acordo com informações apresentadas na Audiência Pública, nas eleições de 2002, os candidatos gastaram, no total, R$ 798 milhões, ao passo que em 2012, dez anos depois, os valores arrecadados superaram R$ 4,5 bilhões, um aumento de 471%. Para que se tenha uma magnitude desse crescimento, basta compará-lo com outros indicadores importantes. No mesmo período, o Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro cresceu 41%, a inflação acumulada foi de 78%. Não há justificativa razoável para essa expansão volumosa dos gastos com campanhas. Na mesma Audiência, o expositor e professor Geraldo Tadeu demonstrou que o gasto per capita nas campanhas eleitorais no Brasil é bastante superior aos da França, da Alemanha e do Reino Unido. No Brasil, esta cifra atinge o montante de $10,93, enquanto que na França é de $0,45, no Reino Unido, de $0,77, e na Alemanha chega de 2,21. Quando comparado proporcionalmente ao PIB, o Brasil também se encontra no topo do ranking dos países que gastam com campanhas eleitorais: 0,89% de toda a riqueza gerada no país se presta a financiar candidaturas a cargos representativos. Aqui, ultrapassamos, inclusive, os Estados Unidos, em que apenas 0,38% do PIB vai para as campanhas eleitorais. Há mais. Nas eleições gerais de 2010, a vitória de um deputado federal custou, em média, de R$ 1,1 milhão, ao passo que a de um senador R$ 4,5 milhões. Para se tornar Governador, em média se gastaram R$ 23,1 milhões. Uma campanha presidencial pode amealhar mais de R$ 300milhões. (FUX, 2013)

Entendeu o ministro que continuar aceitando o financiamento empresarial de campanha seria contrário à essência da democracia.

> O exercício de direitos políticos é incompatível com as contribuições políticas de pessoas jurídicas. Uma empresa pode até defender causas políticas, como direitos humanos, mas há uma grande distância para isso justificar sua participação no processo político, investindo valores vultosos em campanhas. (FUX, 2013)

Ainda na mesma sessão plenária, o então presidente da corte, ministro Joaquim Barbosa acompanhou o voto do relator, argumentando que:

> A permissão para as empresas contribuírem para campanhas e partidos pode exercer uma influência negativa e perniciosa sobre os pleitos, apta a comprometer a normalidade e legitimidade do processo eleitoral, e comprometer a independência dos representantes. (BARBOSA, 2013)

Barbosa defendeu ainda a declaração de inconstitucionalidade imediata das doações por pessoas jurídicas por entender que alguns empreendimentos estão interessados na atuação econômica do Estado e em dispositivos regulatórios, e esperam que essas regulações venham a se subordinar a seus interesses.

Na quinta-feira (12/12/2013), um dia após o início da sessão plenária, os ministros Dias Toffoli e Luís Roberto Barroso também acompanharam o relator, votando pelo fim das doações de pessoas jurídicas para campanha eleitorais. Em seguida, o ministro Teori Zavascki pediu vistas ao processo alegando precisar de um prazo maior para analisar o processo.

O julgamento da ADI foi retomado em 02 de abril de 2014, com os votos dos ministros Teori Zavascki, Marco Aurélio Mello e Ricardo Lewandowski. Os dois últimos pediram para antecipar os seus votos após pedido de vista do ministro Gilmar Mendes[24]. Zavascki votou contra a ADI e complementou o seu voto na sessão derradeira de 17 de setembro de 2015. Para Zavascki a proibição do financiamento por empresas poderia limitar a atuação do legislativo sobre o tema,

[24] Na sessão plenária do dia 02 de abril de 2014, o ministro Gilmar Mendes pediu vista ao processo por entender se tratar de “questão complexa”.

bem como não haveria certeza sobre a eficácia de um modelo público de financiamento.

> O estabelecimento de uma vedação deste calibre por via judicial fecharia as portas antecipadamente para eventuais propostas legislativas de uma presença mais comedida do capital corporativo no financiamento político, comprometendo o Supremo Tribunal Federal com as imprevisíveis consequências da instalação de um modelo predominantemente público, cuja eficiência ainda não tem comprovação empírica mundo afora. Daí meu convencimento de que a solução proposta na inicial, de vedar toda e qualquer contribuição financeira de empresas a partidos e a campanhas, deve ser analisada com redobrada cautela. Em cenário assim movediço, o maior compromisso do Tribunal deve ser com a prudência, virtude que é base da linguagem institucional do Judiciário. (ZAVASCKI, 2015)

O ministro ainda propôs que fossem vedadas, no mínimo, contribuições de pessoas jurídicas ou de suas controladas e coligadas que mantenham contratos onerosos celebrados com a Administração Pública, a contribuição de pessoas jurídicas a partidos e candidatos diferentes que competirem entre si. Afirmou ainda que as pessoas jurídicas que contribuírem com campanhas políticas devem ser proibidas de celebrar contratos com a Administração Pública até o término da gestão subsequente.

Para o ministro Marco Aurélio Mello, à época presidente do Superior Tribunal Eleitoral, as doações empresariais afrontam princípios republicanos:

> O poder financeiro acaba tendo influências sobre as decisões políticas do país. Macula todo o processo político desde a base de formação de alianças partidárias até o resultado das eleições deliberativas. (MELLO, 2014)

O ministro Ricardo Lewandowski também destacou em seu voto a influência negativa das doações por pessoas jurídicas:

> O financiamento de partidos e campanhas por empresas fere profundamente o equilíbrio dos pleitos, que nas democracias deve se reger pelo princípio do “one man, one vote”. A cada cidadão deve corresponder um voto, com igual peso e idêntico valor. As doações milionárias feitas por empresas a políticos claramente desfiguram esse princípio multissecular, pois as pessoas comuns não têm como contrapor-se ao poder econômico. (LEWANDOWSKI, 2014)

Após o período de vista[25] do ministro Gilmar Mendes, a votação foi retomada com o seu voto no dia 16 de setembro de 2015. Durante quase cinco horas de voto, o ministro apresentou as suas razões para votar contra a ADI, dentre elas duros ataques ao governo do Partido dos Trabalhadores (PT) em razão da "Operação Lava-Jato":

> Ora, a competição eleitoral, corolário do princípio democrático, tem sido viabilizada justamente pelas contribuições privadas, em especial, das pessoas jurídicas. A Operação Lava Jato revelou ao país que o partido do poder já independe de doações eleitorais, uma vez que arrecadou somas suficientes ao financiamento de campanhas até 2038, pelo menos. Se é assim, evidente que a procedência desta ação direta implicaria a violação da igualdade de chances, que decorre dos princípios democrático e republicano, tendo em vista que a própria alternância de poder restaria comprometida, risco real vivenciado pelo país e que por ora parece estar afastado, em razão das revelações feitas pela Operação Lava-Jato. Dessa argumentação decorre que não apenas o financiamento privado não viola a isonomia, como tem a ela servido, visto que, sem que pudesse contar com o apoio financeiro das pessoas jurídicas, os partidos de oposição não teriam a menor chance de competir em níveis razoáveis com o partido que ocupa o Governo. Assim, a legislação atual é garantidora de alguma competição democrático-eleitoral no país. (MENDES, 2015)

Mendes também foi contrário a se impor um limite uniforme para cada pessoa doar a campanhas, pois levaria à criminalização do processo eleitoral no país, "além ser um convite à prática reiterada de crimes de lavagem de dinheiro".

No dia seguinte, 17 de setembro de 2015, o julgamento chegava ao fim com os votos dos ministros Celso de Mello, Rosa Weber e Cármen Lúcia.

Antes de proferir seu voto, Rosa Weber afirmou não existir um sistema perfeito ou ideal que afaste a possibilidade de fraude. Afirmou ainda que a influência do poder econômico acaba por resultar em um "jogo de cartas marcadas". Ao final, a ministra seguiu o voto do relator.

Em rápido voto, a ministra Carmen Lúcia também votou pela inconstitucionalidade do financiamento empresarial. Falou sobre a necessidade da igualdade de oportunidades no pleito e do poder econômico e seus impactos:

> Há uma influência que eu considero contrária à Constituição, é essa influência que desiguala não apenas os candidatos, mas desiguala até dentro dos partidos. Aquele que detém maior soma de recursos, é aquele

[25] O voto de Gilmar Mendes foi proferido um ano e cinco meses após ter interrompido sua análise com o pedido de vista.

> que tem melhores contatos com empresas e representa esses interesses, e não o interesse de todo o povo, que seria o interesse legítimo. (LÚCIA, 2015)

O decano Celso de Mello, último a votar, foi contrário ao voto do relator por entender que a Constituição Federal não proíbe as doações de empresas para campanhas, mas sim o abuso do poder econômico que pode ser freado com o fortalecimento dos órgãos de controle.

> A Lei Maior não veda a influência, o que a lei fundamental veda é exercício abusivo do poder econômico… Pessoas jurídicas de direito privado têm interesses legítimos, cuja veiculação deve ser amparada e protegida pelo sistema jurídico, disse o decano. É preciso que isso se faça às claras, para permitir que se faça o efetivo controle, que cabe ao Ministério Público, a outros partidos e candidatos. (MELLO, 2015)

Ao final da sessão, por 8 votos a 3, o STF declarou inconstitucional o financiamento empresarial de campanha[26] e rejeitou a uniformização das doações por pessoas físicas, bem como limitação do uso de recursos próprios pelos candidatos. Ainda, conforme decisão final, o Tribunal rejeitou a modulação dos efeitos da declaração de inconstitucionalidade por não ter alcançado o número de votos exigidos pelo artigo 27 da Lei 9.868/99, e, consequentemente, a decisão aplicou-se às eleições de 2016 e seguintes, a partir da sessão de julgamento, independentemente da publicação do acórdão. Terminava assim um dos mais importantes julgamentos da corte ao que se refere às campanhas eleitorais no país.

3.2.2 A Reforma Eleitoral de 2015

Como desdobramento da decisão do STF que declarou inconstitucional doações de pessoas jurídicas, a lei nº 13.165/2015, conhecida como reforma eleitoral de 2015 aprovada pelo congresso nacional e sancionada pela então

[26] Especificamente a decisão declarou a inconstitucional os arts. 24 da Lei nº 9.507/94 e 31 da Lei nº 9.096/95, na parte em que autorizavam, a contrario sensu, a doação por pessoas jurídicas a campanhas eleitorais e partidos políticos, respectivamente; e a inconstitucionalidade do art. 24, parágrafo único, e do art. 81, caput, e §1º, da Lei nº 9.507/94, e das expressões “ou pessoa jurídica”, constante no art. 38, inciso III, e “e jurídicas”, inserta no art. 39, caput e §5º, todos da Lei nº 9.096/95.

presidente Dilma Rousseff, entre outros assuntos, proibiu doações empresariais a campanhas eleitorais a partir das eleições de 2016.

> A lei nº 13.165/2015, conhecida como Reforma Eleitoral de 2015, promoveu importantes alterações nas regras das eleições a partir das eleições de 2016 ao introduzir mudanças nas Leis n° 9.504/1997 (Lei das Eleições), nº 9.096/1995 (Lei dos Partidos Políticos) e nº 4.737/1965 (Código Eleitoral). Além de mudanças nos prazos para as convenções partidárias, filiação partidária e no tempo de campanha eleitoral, que foi reduzido, passou a ser proibido o financiamento eleitoral por pessoas jurídicas. Na prática, isso significa que as campanhas eleitorais passaram a ser financiadas exclusivamente por doações de pessoas físicas e pelos recursos do Fundo Partidário. (ARRUDA, 2017)

3.3 FUNDO ESPECIAL DE FINANCIAMENTO DE CAMPANHA (FEFC)

Com o fim do financiamento empresarial de campanha, nas eleições de 2016 – primeira eleição sem a doação empresarial – a arrecadação das campanhas caiu pela metade em relação às eleições municipais de 2012, conforme dados do Tribunal Superior Eleitoral. Como consequência, os partidos começaram a buscar alternativas para voltar a encher o caixa eleitoral. No ano de 2017 cogitaram até mesmo a volta do financiamento empresarial, mas sem sucesso.

Após intensas articulações no Congresso Nacional para a criação de um fundo público de campanha, foi aprovado pela Câmara dos Deputados o Projeto de Lei n° 8.703/17, de origem no Senado Federal e autoria do senador Ronaldo Caiado (DEM-GO).

O Fundo Especial de Financiamento de Campanha (FEFC) foi sancionado pelo Presidente da República e criado pela Lei nº 13.487/2017, que foi complementada pela Lei nº 13.488/2017, publicada na mesma data, as quais incluíram, respectivamente, os arts.16-C e 16-D, com seus parágrafos e incisos, no corpo da Lei nº 9.504/1997 (Lei das Eleições). Com o objetivo específico de financiar as atividades das campanhas eleitorais, o FEFC, será constituído em ano eleitoral por dotações orçamentárias da União, passando a valer já para as eleições de 2018.

Estima-se que o FEFC receba cerca de R$ 1,716 bilhão[27] no ano de 2018. Em seu texto, a lei 13.487/2017 determina que o fundo será composto por:

> Art. 16-C. O Fundo Especial de Financiamento de Campanha (FEFC) é constituído por dotações orçamentárias da União em ano eleitoral, em valor ao menos equivalente:
> I - ao definido pelo Tribunal Superior Eleitoral, a cada eleição, com base nos parâmetros definidos em lei[28];
> II - a 30% (trinta por cento) dos recursos da reserva específica de que trata o inciso II do §3º do art. 12 da Lei no 13.473, de 8 de agosto de 2017.

Importante destacar que mesmo com a criação do FEFC o Fundo Partidário continua a existir sendo que parte dos recursos é composta de recursos públicos, especificamente dotações orçamentárias da União, conforme art. 38, inc. IV, da Lei nº 9.096/1995.

3.3.1 Controle do FEFC

Da mesma forma que o Fundo Partidário, os recursos do Fundo Especial de Financiamento de Campanha serão controlados pela instância máxima da Justiça Eleitoral, o Tribunal Superior Eleitoral, por meio de depósitos a serem realizados em conta especial pelo Tesouro Nacional até o primeiro dia útil do mês de junho do ano eleitoral[29], estando obrigado o TSE a divulgar a quantia dos recursos em no máximo de quinze dias após o depósito.

A responsabilidade de fiscalizar a utilização dos recursos do FEFC também ficará a cargo do TSE, sendo este deverá regulamentar a sua utilização através de resolução, com a possibilidade de ser a regulamentação incluída na resolução que

---

[27] Em 2012, nas eleições francesas o financiamento público eleitoral foi próximo de 314 milhões de reais. Valor muito abaixo do previsto para as eleições brasileiras em 2018. A distribuição dos recursos também é realizada de forma diferente. Os candidatos não recebem o dinheiro antes dos gastos, podendo apenas solicitar reembolso de parte dos gastos de campanha - até 47% - se obtiverem pelo menos 5% dos votos.

[28] Os valores apurados para o ano de 2018, com relação à compensação fiscal das emissoras de rádio e TV nos anos de 2016 e 2017, serão atualizados pelo Índice Nacional de Preços ao Consumidor (INPC), da Fundação Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), ou por índice que o substituir (art. 3º, Lei nº 13.477/2016), mantendo assim a atualização dos valores.

[29] Art. 16-C, §2º, Lei nº 9.504/97.

tratará da arrecadação e gastos e prestação de contas de recursos referentes às eleições gerais de 2018 ou ainda por meio de resolução específica.

3.3.2 Divisão dos recursos do Fundo Especial de Financiamento de Campanha (FEFC)

Com base nos critérios definidos no art. 16-D da Lei das Eleições, inserido pela Lei nº 13.488/2017, o TSE, antes do primeiro turno deverá distribuir os recursos do FEFC aos partidos políticos:

> Art. 16-D. Os recursos do Fundo Especial de Financiamento de Campanha (FEFC), para o primeiro turno das eleições, serão distribuídos entre os partidos políticos, obedecidos os seguintes critérios:
>
> I - 2% (dois por cento), divididos igualitariamente entre todos os partidos com estatutos registrados no Tribunal Superior Eleitoral;
> II - 35% (trinta e cinco por cento), divididos entre os partidos que tenham pelo menos um representante na Câmara dos Deputados, na proporção do percentual de votos por eles obtidos na última eleição geral para a Câmara dos Deputados;
> III - 48% (quarenta e oito por cento), divididos entre os partidos, na proporção do número de representantes na Câmara dos Deputados, consideradas as legendas dos titulares;
> IV - 15% (quinze por cento), divididos entre os partidos, na proporção do número de representantes no Senado Federal, consideradas as legendas dos titulares.

De acordo com o art. 4° da lei n° 13.488/2017, para as eleições de 2018, a distribuição dos recursos entre os partidos terá por base o número de representantes titulares na Câmara dos Deputados e no Senado Federal, apurado em 28 de agosto de 2017 e, nas eleições subsequentes, apurado no último dia da sessão legislativa30 imediatamente anterior ao ano eleitoral.

Para ter acesso aos recursos do FEFC, os partidos políticos deverão aprovar por maioria absoluta dos membros da diretoria da executiva nacional os critérios

[30] A sessão legislativa ordinária é o período de atividade normal do Congresso a cada ano, de 2 de fevereiro a 17 de julho e de 1º de agosto a 22 de dezembro, sendo a apuração do número de representantes apurada ao final do exercício anual.

para a sua distribuição, bem como divulgar tais critérios publicamente31. No caso dos candidatos, estes deverão requerer por escrito ao partido o acesso aos recursos do fundo. Ocorrendo a não utilização de todo o recurso disponibilizado ao partido, o mesmo deverá, no momento da prestação de contas, restituir o excedente ao Tesouro Nacional.

3.3.3 Da responsabilização criminal

A Lei n° 13.488/2017, visando proteger os recursos do FEFC, inseriu o art. 354-A na Lei nº 4.737/1965 (Código Eleitoral), tipificando como crime a apropriação, em proveito próprio ou alheio, dos bens, recursos ou valores destinados ao financiamento eleitoral, inclusive recursos de terceiros, do próprio candidato e os recursos do FEFC, ficando o infrator sujeito à pena de reclusão de dois a seis anos.

> Art. 354-A. Apropriar-se o candidato, o administrador financeiro da campanha, ou quem de fato exerça essa função, de bens, recursos ou valores destinados ao financiamento eleitoral, em proveito próprio ou alheio: Pena - reclusão, de dois a seis anos, e multa.

3.4 CONCLUSÃO

Como se deu o desenvolvimento da legislação brasileira acerca do financiamento de campanha? Nesta pesquisa buscamos descrever as transformações da legislação nacional tendo como escopo o tripé receitas, gastos e prestação de contas. A literatura sobre financiamento de campanha vem destacando o impacto significativo que o poder econômico tem sobre os resultados eleitorais. Por isso, entender como as regras se desenvolveram ao longo do tempo, bem como seu atual estado, é importante para entendermos os mecanismos da nossa democracia. Prestigiar o poderio econômico em uma república é reservar a periferia democrática aos menos abastados e ao mesmo tempo fazer o Estado se curvar a interesses muitas vezes nada republicanos daqueles que detêm o dinheiro.

---

[31] Art. 16-C, §7º, Lei nº 9.504/97.

Neste trabalho analisamos a legislação de 1945 à 2018. Destacamos o julgamento do STF que resultou no fim do financiamento empresarial a campanhas eleitorais e posterior “solução” encontrada pela classe política para o custeio das candidaturas. A criação do Fundo Especial de Financiamento de Campanha.

Com o novo fundo, uma agenda se apresenta para a ciência política: analisar como os partidos irão se articular e organizar para a distribuição dos recursos entre os candidatos e ainda que movimento o setor empresarial irá tomar para continuar influenciando nos resultados eleitorais.

4 E AGORA, JOSÉ? FINANCIAMENTO DE CAMPANHA E VOTO NO BRASIL (2012 E 2016)

Que fatores explicam o sucesso eleitoral? Em busca desta resposta, inúmeros pesquisadores reúnem esforços para definir quais variáveis independentes influenciam os resultados eleitorais, tais como Samuels (2001, 2002), Figueiredo Filho (2009), Peixoto (2010), Cervi (2010), Santos (2011), Speck e Mancuso (2011), Heiler (2011), Peixoto (2011), Speck e Mancuso (2013). Destaque para recente pesquisa apresentada por Mancuso (2015), que trata do investimento eleitoral no Brasil, fazendo um balanço da literatura (2001-2012) e propondo uma agenda de pesquisa.

O financiamento de campanha[32] e seus impactos sobre os resultados eleitorais também são objeto de vasta literatura internacional. As eleições norte-americanas têm tido destaque nos estudos da área, tendo como marco os estudos de Jacobson (1978 e 1980), em que o autor estimou que os gastos além de terem impactos importantes sobre os resultados eleitorais para a Câmara dos Deputados, tais impactos também se manifestavam de maneira diferente entre *incumbents* e *challengers*. Conforme analisado por Figueiredo Filho (2009), a expansão dos estudos na área se deu fortemente pelo maior acesso às informações das eleições, como ocorreu, por exemplo, nos Estados Unidos após a aprovação do *Federal Election Campaign Act* (1971) que determinava a obrigação de candidatos e partidos divulgarem os seus gastos.

Recentemente, o financiamento empresarial de campanha ganhou atenção especial dos pesquisadores, tendo em vista as grandes quantias de dinheiro alocadas por empresas nas campanhas eleitorais. Speck e Mancuso (2011) e Ferraz (2012) evidenciaram que nas eleições de 2010 no Brasil, as empresas foram responsáveis por 75% das doações privadas, sendo que 50% dessas doações se concentraram em apenas 70 grupos empresariais em um total de 19 mil empresas doadoras.

---

[32] Utilizamos os termos financiamento, receita, gasto e despesa de campanha como sinônimos dos recursos arrecadados e efetivamente gastos pelos candidatos, conforme informado na base de dados do Tribunal Superior Eleitoral como despesas de campanha.

Em 2015, Speck e Mancuso analisaram as características que tornaram as candidaturas mais “atrativas” para as empresas financiadoras das eleições de 2010, especificamente para o cargo de deputado federal.

Atualmente, escândalos de corrupção habitam os noticiários brasileiros. Grande parte dos fatos noticiados diz respeito a financiamentos de campanhas eleitorais. Destaque especial para a “Operação Lava-Jato”. Como desdobramento dos escanda-los de corrupção, foi posto em prática um novo marco regulatório no país com a edição da lei nº 13.165/2015, que dentre ou coisas, proibiu o financiamento empresarial de campanha a partir das eleições de 2016.

A lei nº 13.165/2015, conhecida como Reforma Eleitoral de 2015, promoveu importantes alterações nas regras das eleições a partir das eleições de 2016 ao introduzir mudanças nas Leis n° 9.504/1997 (Lei das Eleições), nº 9.096/1995 (Lei dos Partidos Políticos) e nº 4.737/1965 (Código Eleitoral). Além de mudanças nos prazos para as convenções partidárias, filiação partidária e no tempo de campanha eleitoral, que foi reduzido, passou a ser proibido o financiamento eleitoral por pessoas jurídicas. Na prática, isso significa que as campanhas eleitorais passaram a ser financiadas exclusivamente por doações de pessoas físicas e pelos recursos do Fundo Partidário. Antes da aprovação da reforma, o Supremo Tribunal Federal (STF) já havia decidido pela inconstitucionalidade das doações de empresas a partidos e candidatos.

Diante deste novo modelo de financiamento de campanha, uma lacuna se abriu a respeito de estudos sobre os impactos do financiamento de campanha. A nova legislação brasileira tem sido efetiva na tentativa de reduzir a influência do capital nos resultados eleitorais?

O objetivo do nosso trabalho é analisar a relação entre gastos de campanha e resultados eleitorais no Brasil nas eleições de 2016 em comparação as eleições de 2012 - em 2016 pela primeira vez foi aplicada a proibição do financiamento empresarial - e identificar quais atores passaram a influenciar no financiamento e consequentemente nos resultados eleitorais. No caso de cidades em que ocorreram segundo turno, serão analisados os dois turnos. A proibição do financiamento empresarial no Brasil alterou a influência dos gastos de campanha sobre os resultados eleitorais?

Nesta pesquisa, utilizamos os dados divulgados pelo Tribunal Superior Eleitoral[33]. O presente capítulo é dividido em quatro seções. Primeiro, aborda-se um breve histórico da literatura acerca dos gastos de campanha e seus impactos nos resultados eleitorais. Na segunda seção, apresentamos as hipóteses do trabalho, as variáveis e dados utilizados, enquanto que na terceira seção, será a vez dos testes estatísticos e seus resultados. Por fim, a última seção apresenta as considerações finais.

4.1 BREVE REVISÃO DA LITERATURA

O financiamento de campanha consiste na captação de recursos para que candidatos e partidos possam utilizar durante os pleitos eleitorais. No Brasil, atualmente, o modelo de financiamento é misto. No entanto, anteriormente, de acordo com a Lei 9.096/95, partidos e políticos poderiam receber recursos por meio do Fundo Partidário e de doações de empresas (limitadas a 2% do faturamento bruto do ano anterior ao da eleição) e pessoas físicas (até o limite de 10% de rendimento). Essas regras, porém, não estavam previstas na Constituição Federal e foram consideradas inconstitucionais pelo no Supremo Tribunal Federal (STF). A decisão foi proferida no dia 17 de setembro de 2015, por oito votos a três. Segundo o voto vencedor, do ministro Luiz Fux, “a doação por pessoas jurídicas a campanhas eleitorais, antes de refletir eventuais preferências políticas, denota um agir estratégico destes grandes doadores, no afã de estreitar suas relações com o poder público, em pactos, muitas vezes, desprovidos de espírito republicano”. Logo em seguida foi editada a Lei nº 13.165/2015, que vetou o financiamento de campanha por pessoas jurídicas.

No Brasil, os estudos sobre financiamento de campanha e resultados eleitorais ganharam força somente na década passada, pelo mesmo motivo que nos Estados Unidos da América, ou seja, devido a efetiva disponibilização de informações (FIGUEIREDO FILHO, 2009). A partir do ano de 2002, a justiça eleitoral brasileira passou a produzir dados completos sobre o financiamento de campanha

[33] http://www.tse.jus.br

de todos os candidatos para todos os cargos[34], passando a divulgar também, desde a eleição de 2010, recursos dos partidos políticos[35].

Atualmente, são vastos os estudos realizados pela Ciência Política, analisando o financiamento de campanha, utilizando-se dos mais variados métodos.

Na literatura brasileira, Samuels (2003) apresentou resultados sobre as origens das doações, bem como seus impactos sobre os resultados eleitorais (SAMUELS, 1997, 2001a, 2001b), chegando à conclusão que quanto maior os gastos em campanha, maior a chance de sucesso eleitoral nas eleições para o cargo de deputado federal nas eleições de 2002 e 2006, o mesmo sendo observado por Peixoto (2008 e 2012) e Figueiredo Filho (2009) nas eleições de 2006. Destaque para Mancuso (2015) que apresentou o estado-da-arte da literatura sobre financiamento e propôs uma agenda de pesquisas sobre o tema.

Analisando os resultados eleitorais dos candidatos a deputados federais e estaduais nas Eleições de 2010, Mancuso e Speck (2012) constataram que haveria uma relação positiva estatisticamente significativa entre financiamento e resultado eleitoral, bem como que, entre os *incumbents*, o impacto do financiamento político é menor do que entre os desafiantes. Evidenciando, no caso brasileiro, a existência do "efeito Jacobson", que já havia sido apontado pela literatura nacional (FIGUEIREDO FILHO, 2009; PEIXOTO, 2008, 2012; LEMOS, MARCELINO, PEDERIVA, 2010).

Em 2012, ao analisar as eleições para deputado federal no Brasil em 2010, Figueiredo Filho, além de testar e afirmar a influência dos gastos de campanha no sucesso eleitoral, também testou a hipótese de que o impacto do gasto de campanha sobre os resultados eleitorais é maior em distritos eleitorais mais pobres. Chegou-se à conclusão que "o efeito do gasto de campanha sobre os resultados eleitorais depende dos níveis de renda e pode ser descrito por uma função quadrática" (FIGUEIREDO FILHO, 2012).

Pereira e Rennó (2001), ao analisarem os candidatos à reeleição para Câmara dos Deputados em 1998, refutaram os impactos dos gastos nos índices de

---

[34] Atualmente, é disponibilizado pelo TSE importante ferramenta de acesso a informações, o Repositório de Dados Eleitorais. Nele, há uma compilação de dados brutos das eleições desde 1945, voltada para pesquisadores, imprensa e cidadãos em geral que tenham interesse em analisar os dados de eleitorado, candidaturas, resultados e prestação de contas das eleições.

[35] http://www.tse.jus.br/eleicoes/estatisticas/repositorio-de-dados-eleitorais

sucesso eleitoral. No entanto, em pesquisa mais recente, Pereira e Rennó (2007) voltaram às questões iniciais sobre a reeleição com os dados relativos a 1998 e 2002, onde constataram que o financiamento de campanha teria impacto positivo, e estatisticamente significativo na probabilidade de reeleição do candidato à Câmara dos Deputados.

Mancuso (2015) apresentou um balanço da literatura (2001-2012) sobre financiamento de campanha. A pesquisa apresentou uma divisão da literatura acerca do investimento eleitoral, sendo: (i) a que trata da relação entre investimento e desempenho eleitoral; (ii) a que aborda a relação entre investimento e concessão de benefícios para os investidores e (iii) a que focaliza os determinantes do investimento eleitoral.

4.2 HIPÓTESES E VARIÁVEIS

4.2.1 Hipótese geral

Este trabalho trás como hipóteses a influência positiva do financiamento de campanha sobre o desempenho eleitoral para os cargos de prefeito e vereador nas eleições de 2012 e 2016 nas capitais do Brasil, comparando o impacto do financiamento de campanha nos resultados mesmo após a proibição de doações por empresas no ano de 2015, bem como que o financiamento partidário passou a ter maior influência nos resultados eleitorais. Ou seja, pretendemos responder a duas perguntas:

a) A receita de campanha continua exercendo efeito positivo sobre a quantidade de votos mesmo após o fim do financiamento empresarial de campanha?
b) O financiamento partidário passou a ser mais determinante no resultado final da campanha?

4.2.2 Variáveis independentes

Nesta pesquisa, utilizaremos sete variáveis independentes[36], todas medidas com base nos dados divulgados pelo TSE, para explicar o desempenho eleitoral dos candidatos a vereador e prefeito nos anos de 2012 e 2016[37], sendo elas:

a) Receita total: esta variável será medida levando-se em consideração todas as receitas declaradas pelos candidatos.
b) Receita pessoa física: esta variável será medida levando-se em consideração todas as receitas de pessoas físicas declaradas pelos candidatos.
c) Receita pessoa jurídica: esta variável será medida levando-se em consideração todas as receitas de pessoas jurídicas declaradas pelos candidatos nas eleições de 2012.
d) Receita própria: esta variável será medida levando-se em consideração todas as receitas dos próprios candidatos e declaradas.
e) Receita partido político: esta variável será medida levando-se em consideração todas as receitas de partidos políticos declaradas pelos candidatos.
f) Receita comitê ou outros candidatos: esta variável será medida levando-se em consideração todas as receitas de comitê ou de outro candidato declaradas pelos candidatos.
g) Receita doações de internet: esta variável será medida levando-se em consideração todas as receitas de doações de internet declaradas pelos candidatos.
h) Receita doações diversas: esta variável, na eleição de 2012, será medida levando-se em consideração a soma das receitas de origem não

[36] Para os testes de correlação e regressão linear, todas as variáveis foram operacionalizadas após transformações logarítmicas que são utilizadas com três principais objetivos: (a) reduzir a assimetria da distribuição; (b) diminuir a variância e (c) conduzir a normalidade. Além disso, a utilização do logaritmo facilita a exploração gráfica do padrão de relacionamento entre as variáveis de interesse do pesquisador. (FIQUEIREDO FILHO, 2012, apud ROCHA, 2012).

[37] Os valores foram deflacionados com base no Índice Geral de Preços-Disponibilidade Interna (IGP-DI), disponível no sitio do Banco Central.

identificada e aplicações financeiras declaradas pelos candidatos. Nas eleições de 2016, a variável se medida considerando a soma dos recursos de origens não identificadas, rendimentos e aplicações financeiras e comercialização de bens ou realização de eventos.

4.2.3 Variável Dependente

a) Votos: Utilizamos como parâmetro de "desempenho eleitoral" o número de votos obtidos pelos candidatos. Os desempenhos eleitorais foram medidos através da variável "voto" que para testes estatísticos passou por transformação logarítmica, visando reduzir a assimetria da distribuição, diminuir a variância e conduzir a normalidade.

Tendo em vista o sistema eleitoral brasileiro, cujo modelo adotado para o cargo de vereador é o sistema proporcional[38], exploramos, também, dados que visam demonstrar o impacto do financiamento de campanha para dois grupos de candidatos, os "eleitos" e os "não eleitos", pois:

> Há duas formas mais usuais de medir-se o sucesso eleitoral, ou pelo critério dos votos alcançados por cada candidato ou pelo resultado oficial das eleições, separando eleitos dos não eleitos. No primeiro caso obtemos uma variável contínua, no segundo uma variável dicotômica. Do ponto de vista da análise estatística os votos representam uma variável contínua, enquanto o resultado eleitoral produz uma variável dicotômica. Porém, as diferenças entre as duas escolhas vão além do tratamento estatístico. Por um lado, quando se usa a votação nominal como indicador de sucesso eleitoral, afere-se de forma mais precisa o desempenho individual, mas desconsidera-se o fato de que, em última instância, a disputa eleitoral é sobre ganhar ou não ganhar um mandato político. Obter os primeiros 100 votos é menos importante do que conseguir 100 votos adicionais que levam o candidato do grupo dos perdedores para o grupo dos eleitos. Por outro lado, a adoção do critério eleito versus não eleito reconhece esta característica das eleições. Porém, ele se mostra menos preciso na

[38] Para se chegar ao resultado final, aplicam-se os chamados quocientes eleitoral (QE) e partidário (QP). O quociente eleitoral é definido pela soma do número de votos válidos (= votos de legenda e votos nominais, excluindo-se os brancos e os nulos), dividida pelo número de cadeiras em disputa. Apenas partidos isolados e coligações que atingem o quociente eleitoral têm direito a alguma vaga. A partir daí, analisa-se o quociente partidário, que é o resultado do número de votos válidos obtidos, pelo partido isolado ou pela coligação, dividido pelo quociente eleitoral. O saldo da conta corresponde ao número de cadeiras a serem ocupadas. Havendo sobra de vagas, divide-se o número de votos válidos do partido ou da coligação, conforme o caso, pelo número de lugares obtidos mais um. Quem alcançar o maior resultado assume a cadeira restante.

> identificação do desempenho individual de cada candidato (MANCUSO; SPECK, 2012, p. 8).

4.3 TESTES E RESULTADOS

Com o objetivo de estimar o efeito do financiamento de campanha sobre o número de votos, adotamos um desenho de pesquisa que combina estatística descritiva e multivariada para examinar informações secundárias coletadas no sítio eletrônico do Tribunal Superior Eleitoral (TSE).

Quadro 4- Desenho de pesquisa

População	Candidatos a vereador e prefeito das capitais nas eleições de 2012 e 2016 no Brasil.
Variáveis	Votos, receita total, receita pessoa física (pf), receita pessoa jurídica (pj), receita própria (rp), receita comitê ou outro candidato (cc), receita partido (pp), receita internet (di) e receitas diversas (div).
Análise	Magnitude do efeito dos tipos receitas de campanha sobre os votos.
Técnicas	Estatística descritiva, correlação de Pearson e regressão linear.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Passaremos a testar as hipóteses do nosso trabalho:

a)A receita continuou exercendo efeito positivo sobre a quantidade de votos nas eleições de 2016 mesmo após a proibição do financiamento empresarial de campanha?

Nas eleições de 2016, no primeiro turno compareceram às urnas 118.755.019 eleitores para a escolha de prefeitos e vereadores em todo o país, tendo um índice de abstenção de 17,58% enquanto que em 2012 o índice foi de 16,41%. Em 2012, disputaram as 5.517 prefeituras municipais 15.127 candidatos. No ano de 2016, concorrem ao cargo de prefeito de uma das 5.568 cidades 16.565 candidatos. No último pleito municipal, as 57.434 cadeiras de vereador foram disputadas por 450.695 pessoas. Em 2016, com um número maior de vagas a serem preenchidas – 57.958 – o número de candidatos a vereador também cresceu

e passou para 463.375, uma média geral de oito candidatos por cada vaga. Também aumentou o número de partidos políticos para a disputa. Em 2012 eram 29 legendas enquanto que em 2016 foram 35 com registro na Justiça eleitoral e com candidatos a prefeito e vereadores. Levando-se em consideração apenas as capitais, para o cargo de vereador em 2012 o gasto médio foi de R$ 37.528,06, já em 2016 foi de R$ 14.689,03. Como pode ser observado, o desvio padrão em ambas eleições, 2012 e 2016, é superior à média sugerindo forte heterogeneidade. Já para o cargo de prefeito, em 2012 o gasto médio foi de R$ 3.592.047,84 e em 2016 foi de R$ 1.121.330,34. A Tabela 10 sintetiza esses dados.

Tabela 10 - Estatística descritiva da variável Receita Total

Cargo	N	Mínimo	Máximo	Média	Desvio Padrão
Vereador - 2012	13224	0,01	4.462.625,66	37.528,06	140.210,99
Vereador - 2016	15160	0,02	2.396.056,00	14.689,03	47.952,28
Prefeito - 2012	180	680,63	54.507.144,32	3.592.047,84	7.364.259,14
Prefeito - 2016	200	11,60	12.446.819,95	1.121.330,34	1.932.692,05

Fonte: Elaborado pelo autor.

O candidato que mais gastou nas eleições 2012, para os cargos analisados, foi Fernando Haddad, do PT, com gasto R$ 54.507.144,32 e 3.387.720 votos. No ano de 2016 o campeão em gasto foi João Dória, do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB) com R$ 12.446.819,95 obtendo 3.085.187 votos.

A Lei nº 13.165/2015 introduziu diversas mudanças nas regras eleitorais. Com a Reforma Eleitoral de 2015, o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) alterou o limite de gastos das campanhas eleitorais dos candidatos, bem como novas regras e limites para doações.

Nas Eleições Municipais de 2016 os candidatos a prefeito tiveram um limite de gasto de campanha de 70% do valor utilizado pelo candidato que mais gastou na eleição anterior, onde só houve primeiro turno. Nos municípios que tiveram dois turnos, o limite passou a ser de 50% do mesmo valor.

A regra é diferente para os municípios com até 10 mil eleitores, nesse caso, o TSE estabeleceu que o candidato a prefeito só poderá gastar no máximo R$ 108.039,06 e os candidatos ao cargo de vereador R$ 10.803,91. Os valores foram atualizados segundo o Índice Nacional de Preços ao Consumidor (INPC) estipulado

pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) no acumulado de outubro de 2015 até junho de 2016.

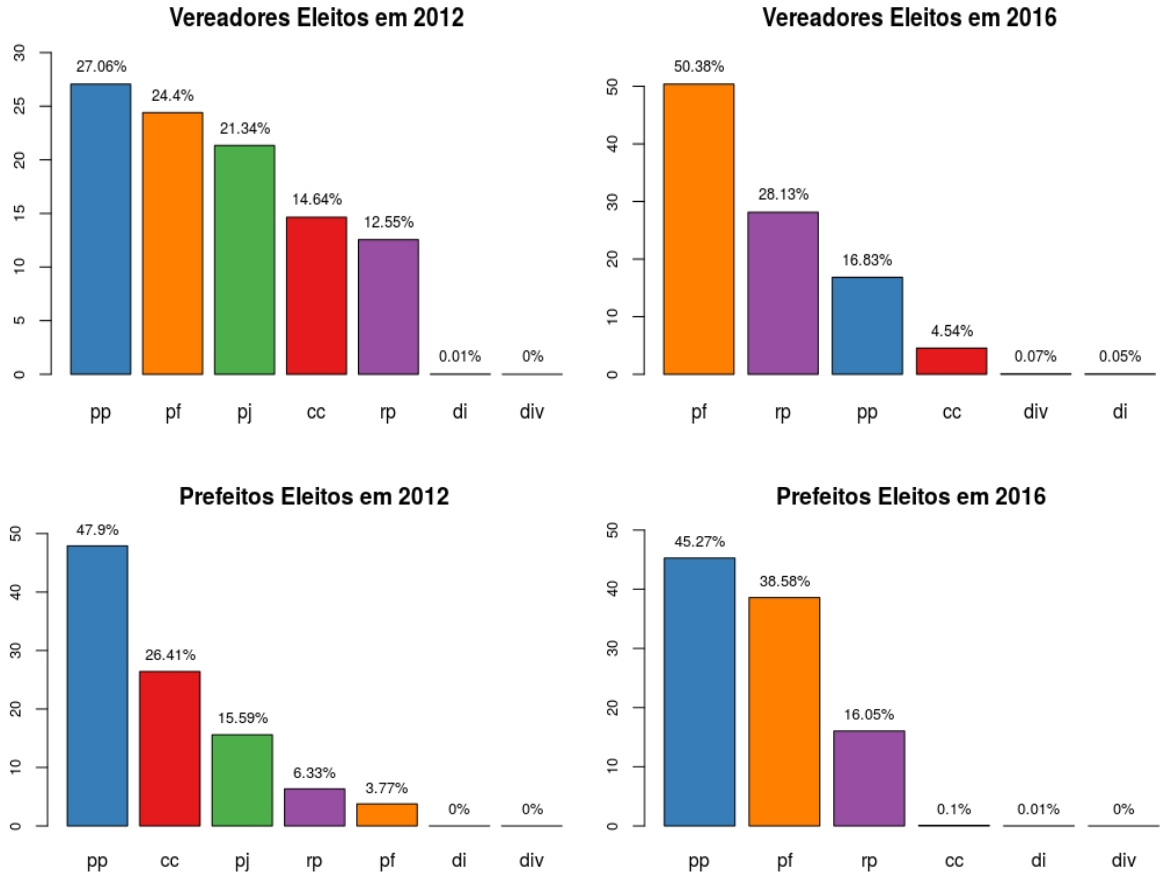
A partir das eleições de 2016 a lei eleitoral também estabeleceu limites de valores para doações, de modo que pessoas físicas puderam doar até 10%[39] (dez por cento) dos rendimentos brutos auferidos no ano anterior ao da eleição e os candidatos puderam utilizar recursos próprios em favor de sua própria campanha eleitoral, até o limite de gastos estabelecido em lei para cada cargo.

Logo abaixo, o gráfico 4 apresenta a captação de recursos detalhada por tipo de receita para todos os candidatos eleitos a vereador e prefeito nas eleições de 2012 e 2016 nas capitais do país. O percentual apresentado é proporcional à quantidade de dinheiro arrecadado pelos candidatos eleitos nas capitais.

Nas eleições de 2012 destaca-se que em relação aos vereadores eleitos, 27,6% dos recursos de campanha foram oriundos de partidos políticos, tornando-se os maiores financiadores de campanhas de sucesso, seguidos por pessoas físicas (24,4%) e pessoas jurídicas (21,34). Já em 2016 houve uma mudança significativa, pois o financiamento por pessoas físicas saiu de 3° no *ranking* para 1° com 50,38% - mais que o dobro de 2012 - das receitas de campanha, enquanto que o financiamento partidário caiu de 27,6% para 16,83%. Destaque também para o financiamento próprio de campanha que mais que dobrou de uma campanha para outra, saindo de 12,55% para 28,13%. Dentre as possíveis razões para esta mudança de cenário está o limite de gastos e doações previstos para as eleições, sendo que a receita própria pode chegar até o limite para o cargo enquanto que a receita de pessoa física tem o limitador de 10% da renda auferida pelo doador no ano anterior à eleição, bem como que com o fim do financiamento empresarial grande parte dos empresários passaram a doar como pessoas físicas.

[39] Há uma exceção, que são as doações estimáveis em dinheiro relativas à utilização de bens móveis ou imóveis de propriedade do doador, desde que o valor da doação não ultrapasse R$ 80.000,00. Estas doações estimáveis não entram no cômputo deste limite de 10% dos rendimentos do ano anterior.

Gráfico 4 - Análise do tipo de financiamento de campanha por cargo (eleitos) – Capitais do Brasil (%)



Fonte: Elaborado pelo autor.

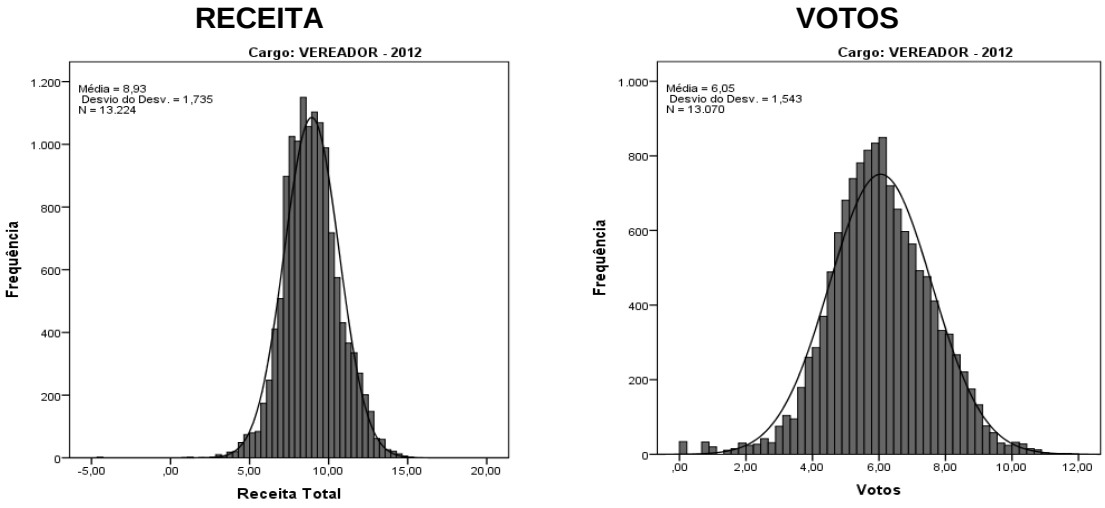
Ao analisarmos as eleições para prefeito, em 2016 observamos que a receita partidária com 45,27% do total de recursos de campanha se manteve estável em relação ao ano de 2012 em que representou 47,9%. O que chamou atenção foi a redução brusca da receita oriunda de comitês ou outros candidatos que saiu de 26,41% em 2012 para 0,1% em 2016. Outro tipo de receita que merece destaque é a oriunda de pessoas físicas que saiu de 3,77% em 2012 para 38,58% em 2016, um aumento de mais de 10 vezes ao valor gasto em 2012. Mais uma vez o limite de gastos e doações previstos para as eleições de 2016 se apresenta como provável hipótese para a mudança dos índices de financiamento, sendo que a receita própria pode chegar até o limite para o cargo enquanto que a receita de pessoa física tem o limitador de 10% da renda auferida pelo doador no ano anterior à eleição. O grande aumento dos recursos oriundos de pessoas físicas na eleição para prefeito também

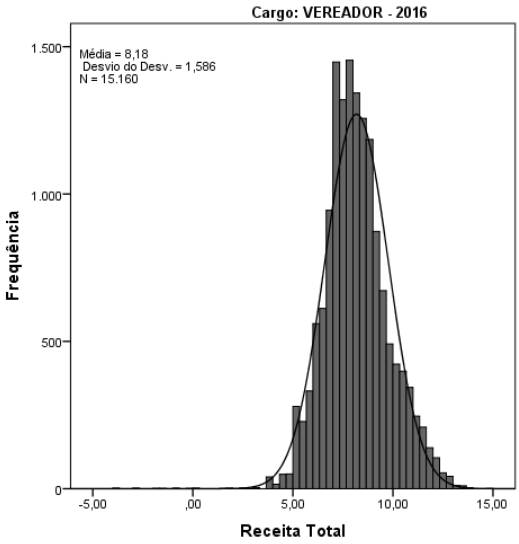
pode ser explicado pelo fim do financiamento empresarial, situação que pode ter feito grande parte dos empresários passarem a doar como pessoas físicas.

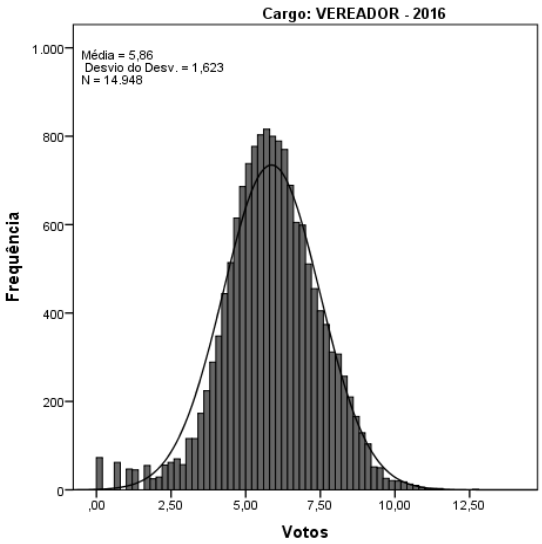
Ao compararmos os tipos de financiamento por cargo, observamos que o financiamento partidário é concentrado nas eleições para prefeito, com 47,9% do total em 2012 e 45,27% em 2016, enquanto que para vereador o investimento partidário representou 27,06% do total e em 2016 caiu para 16,83%. Acreditamos que a concentração do financiamento partidário nas disputas majoritárias se dá, primeiramente, pelo número reduzido de candidatos e o fato de que em caso de sucesso eleitoral o retorno de poder político ser maior. Outro fator é o fato da dificuldade de destinar recursos partidários a candidatos a vereador, em razão de ser difícil para os partidos encaminharem os recursos do fundo partidário a alguns candidatos, em detrimentos de outros, bem como disputas internas entre os candidatos do partido já que os mesmos disputam entre si por se tratar de uma eleição proporcional.

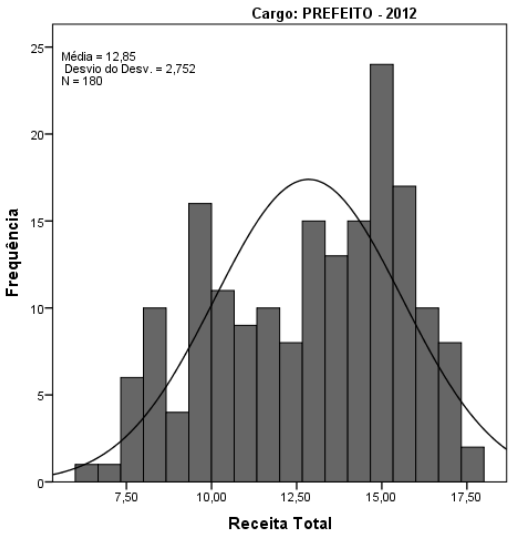
Para testarmos nossa primeira hipótese, preliminarmente analisamos como se dá a distribuição das variáveis “receita” e “votos” para os cargos vereador e prefeito no ano de 2016. Devido à grande desproporção da distribuição das variáveis analisadas, utilizaremos as variáveis após transformação logarítmica, com o intuito de dar maior homogeneidade às variáveis, facilitando assim à análise dos dados, conforme podemos observar abaixo.

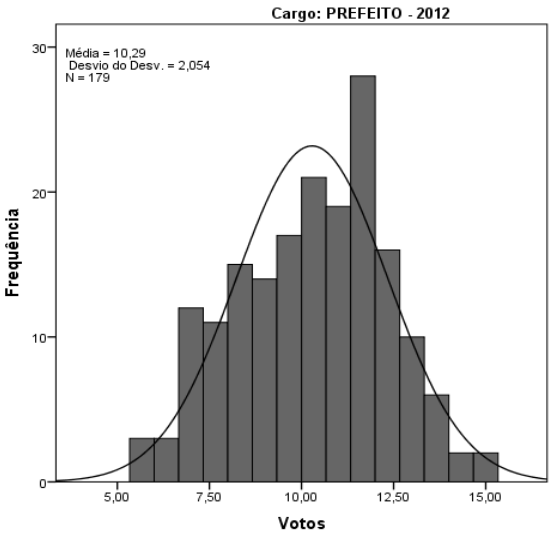
Gráfico 5 - Histograma de variáveis “Receita Total” e “Votos”

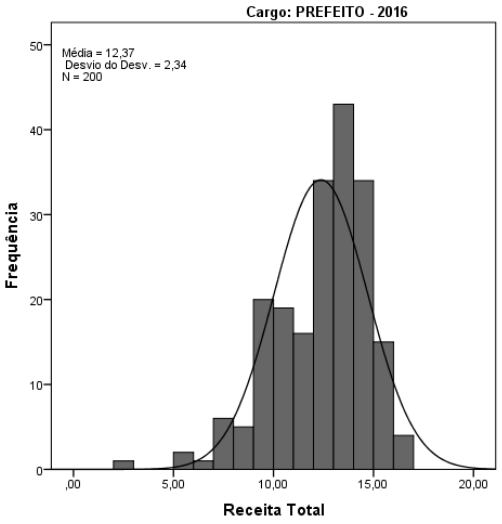


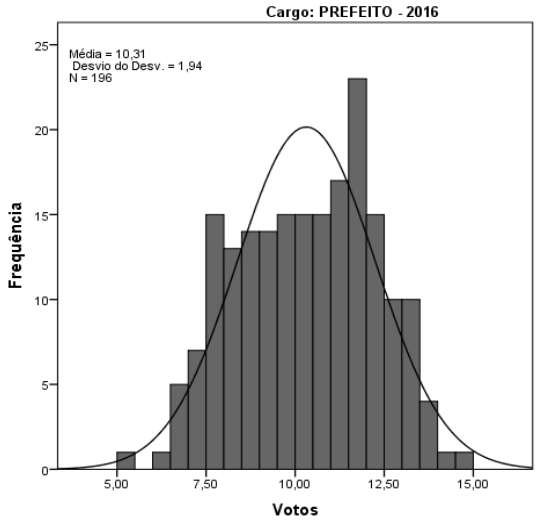








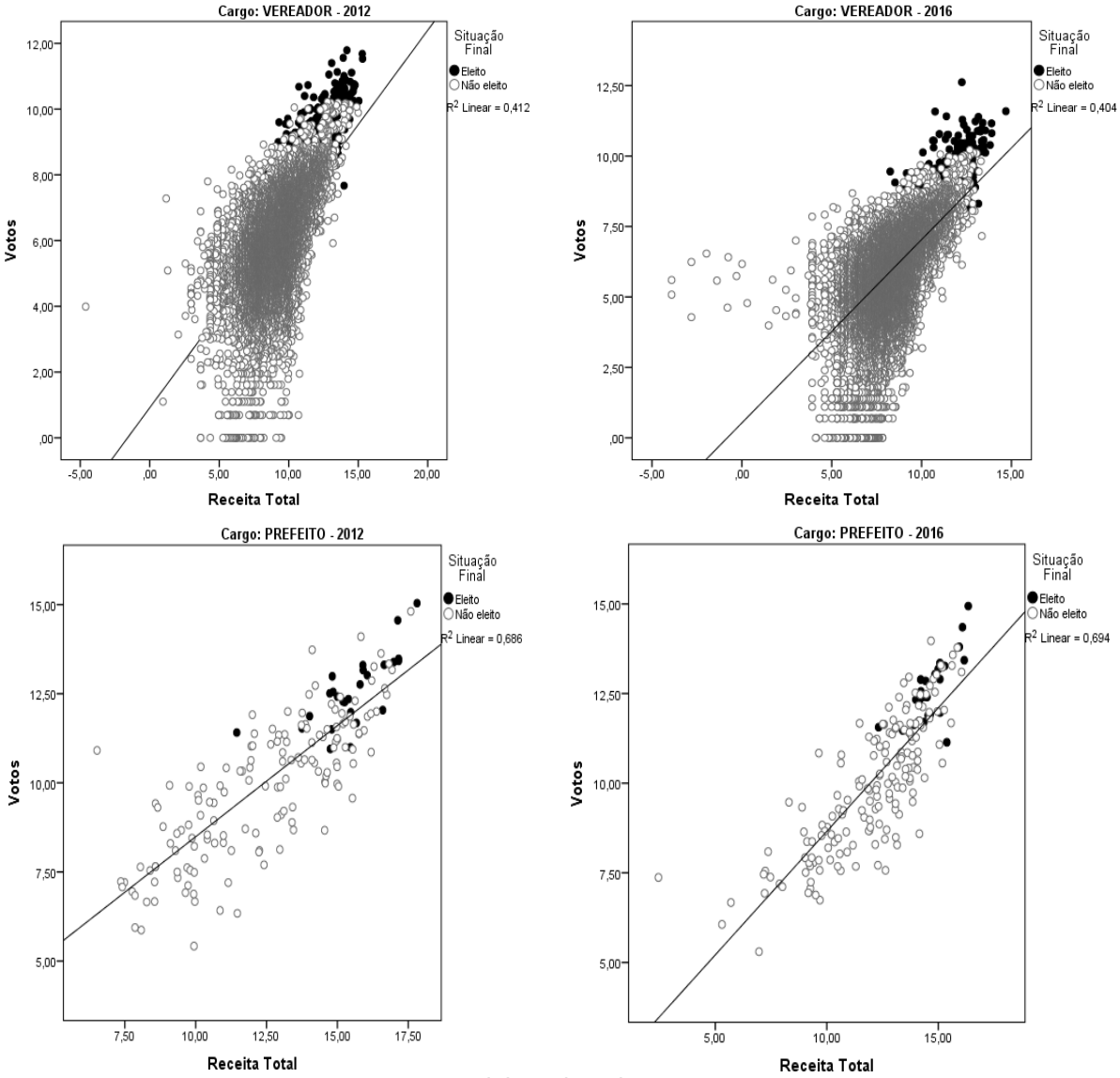




Fonte: Elaborado pelo autor.

Após a transformação logarítmica dos dados, analisamos a correlação das variáveis e o coeficiente de determinação da variável independente sobre a variável dependente, analisando cargo a cargo, por meio do Gráfico 6 e da Tabela 11 abaixo.

Gráfico 6 - Correlação entre Receita Total e Votos de Vereador e Prefeito



Fonte: Elaborado pelo autor.

Tabela 11 - Modelo Explicativo por cargo x receita total

Cargo	N	R	R²	B	P-valor
Vereador - 2012	13224	0,641	0,412	0,641	0,000
Vereador - 2016	15160	0,636	0,404	0,636	0,000
Prefeito - 2012	180	0,828	0,686	0,828	0,000
Prefeito - 2016	200	0,833	0,694	0,833	0,000

Fonte: Elaborado pelo autor.

Importante frisar que no canto superior direto do Gráfico 6, encontram-se os casos com maiores níveis de investimento e votos. O modelo demonstra que os candidatos “eleitos” em sua grande maioria se encontram no canto superior direito. Ao analisar os casos divididos por cargos, ficou demonstrado forte associação e dependência entre os votos recebidos pelos candidatos e gastos da campanha.

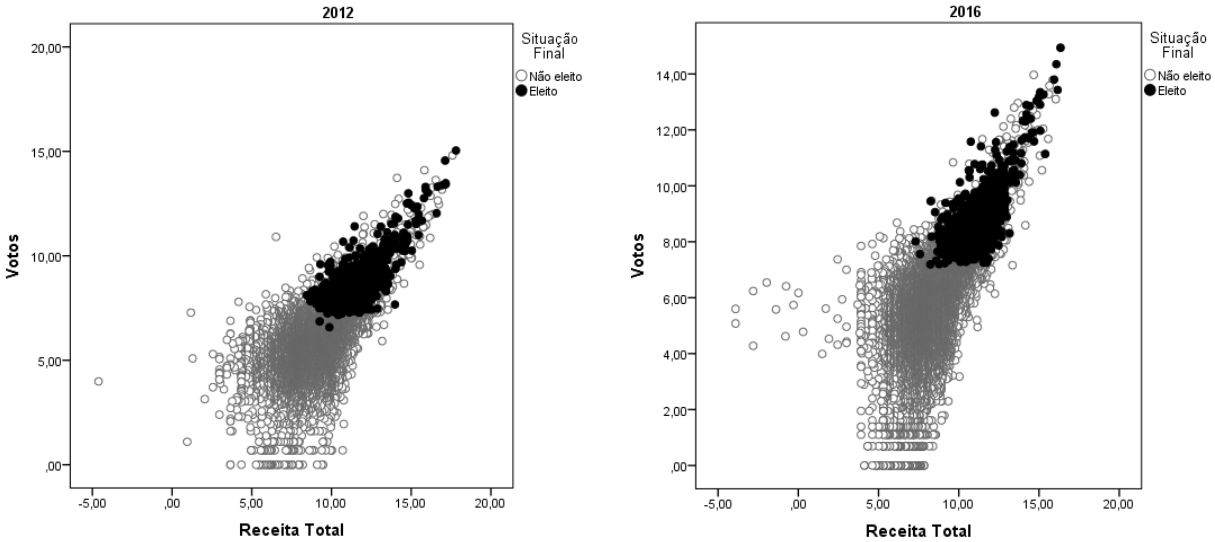
Em relação à eleição para vereador em 2012, o modelo apresentou uma correlação de Pearson (P-valor = 0,000) de 0,641, bem como coeficiente de determinação (r^2) de 0,412, indicando que 41,1% da variância da variável “votos”, pode ser explicada pela variável independente “receita total”. Especificamente, a cada 1% a mais de investimento estima-se, em média, um aumento de 0,64% na votação do candidato. Para as eleições de 2016, o cargo de vereador apresentou correlação de Pearson (P-valor = 0,000) de 0,636, coeficiente de determinação (r^2) de 0,404, indicando que 40,4% da variância da variável “votos”, pode ser explicada pela variável independente “receita total”. A cada 1% a maior de investimento estima-se, em média, um aumento de 0,64% na votação do candidato. Ao compararmos as duas eleições, observamos que a proibição do financiamento de campanha nas eleições de 2016 pouco alterou o impacto da receita sobre o voto.

Ao analisar a disputa para prefeito em 2012, o teste apresentou uma correlação de Pearson (p-valor= 0,000) de 0,828 e coeficiente de determinação (r^2) de 0,686, sugerindo que 69% da variância da variável “votos” é determinada pela variável independente “receita total”. Demonstra também que a cada 1% a maior do investimento estima-se, em média, um aumento de 0,83% na votação do candidato.

Por fim, os dados também se mostraram significativos para a eleição de prefeito em 2016 (p-valor= 0,000), com uma correlação de 0,833, fator de determinação R^2 de 0,694 e coeficiente B de 0,833.

Em seguida, apresenta-se análise do impacto da receita sobre o voto, levando-se em conta a situação de todos os candidatos ao final da eleição. Analisamos todos os concorrentes para todos os cargos em conjunto. Tal situação é ilustrada pelo Gráfico 7 e Tabela 12.

Gráfico 7 - Correlação entre Receita Total e Votos por situação “eleito” e “não eleito”



Fonte: Elaborado pelo autor.

Tabela 12 - Modelo Explicativo por situação “eleito” e “não eleito”

Situação final	R	R^2	B	P-valor
Não eleito - 2012	0,595	0,355	0,595	0,000
Eleito – 2012	0,728	0,530	0,728	0,000
Não eleito - 2016	0,597	0,357	0,597	0,000
Eleito – 2016	0,699	0,489	0,699	0,000

Fonte: Elaborado pelo autor.

O modelo demonstra que os candidatos na situação de “eleito”, que em sua grande maioria se encontram no canto superior direito, apresentam coeficiente de correlação (P-valor = 0,000) no ano de 2012 de 0,728, enquanto que os candidatos na situação “não eleito” apresentaram um grau de associação (P-valor = 0,000) de 0,595. Em 2016, os eleitos apresentam R de 0,699, enquanto que os não eleitos 0,597. Ambos com associação e coeficiente de determinação positiva, ou seja, os dados sugerem que, em média, quanto maior o investimento, maior o número de votos obtidos, tanto para os candidatos eleitos quanto para os não eleitos, seja nas eleições de 2012 ou de 2016.

Em seguida, trabalhamos os dados estatísticos segregando a análise por unidades da federação nas eleições de 2012 e 2016. No ano de 2012, destaque para o estado do Rio Grande do Norte, com o maior coeficiente de correlação (R = 0,829) entre receitas e votos, enquanto que em 2016 o estado com maior coeficiente de correlação (R = 0,803) foi Alagoas.

Tabela 13- Correlação entre receita total e votos por Unidade da Federação

2012				2016			
UF	**N**	**R**	**P-valor**	**UF**	**N**	**R**	**P-valor**
AC	258	0,612	0,000	AC	257	0,580	0,000
AL	328	0,765	0,000	AL	168	0,803	0,000
AM	641	0,675	0,000	AM	1121	0,676	0,000
AP	233	0,721	0,000	AP	243	0,718	0,000
BA	706	0,616	0,000	BA	726	0,703	0,000
CE	633	0,783	0,000	CE	886	0,687	0,000
ES	184	0,711	0,000	ES	222	0,753	0,000
GO	572	0,677	0,000	GO	620	0,704	0,000
MA	410	0,709	0,000	MA	499	0,677	0,000
MG	1070	0,670	0,000	MG	1188	0,698	0,000
MS	429	0,649	0,000	MS	599	0,667	0,000
MT	444	0,709	0,000	MT	399	0,763	0,000
PA	621	0,704	0,000	PA	691	0,666	0,000
PB	423	0,781	0,000	PB	440	0,768	0,000
PE	540	0,744	0,000	PE	801	0,717	0,000
PI	476	0,772	0,000	PI	509	0,756	0,000
PR	622	0,776	0,000	PR	913	0,645	0,000
RJ	1305	0,736	0,000	RJ	1200	0,699	0,000
RN	293	0,829	0,000	RN	498	0,705	0,000
RO	316	0,547	0,000	RO	327	0,696	0,000
RR	305	0,528	0,000	RR	286	0,648	0,000
RS	500	0,781	0,000	RS	502	0,779	0,000
SC	300	0,656	0,000	SC	299	0,670	0,000
SE	348	0,745	0,000	SE	382	0,686	0,000
SP	1031	0,822	0,000	SP	1089	0,687	0,000
TO	262	0,769	0,000	TO	279	0,668	0,000

Fonte: Elaborado pelo autor.

Ao segregarmos a análise dos dados tendo como foco os partidos políticos e seus coeficientes de correlação entre receitas votos, obtivemos os seguintes resultados:

Tabela 14 - Correlação entre receita total e votos por partido

2012

Partido	N	R	P-valor
DEM	492	0,649	0,000
PC do B	719	0,739	0,000
PCB	25	0,490	0,000
PCO	9	0,827	0,000
PDT	639	0,701	0,000
PHS	426	0,568	0,000
MDB	640	0,777	0,000
PMN	337	0,434	0,000
PP	536	0,733	0,000
PPL	174	0,619	0,000
PPS	647	0,634	0,000
PR	414	0,584	0,000
PRB	510	0,649	0,000
PRP	385	0,583	0,000
PRTB	332	0,639	0,000
PSB	746	0,763	0,000
PSC	464	0,529	0,000
PSD	283	0,754	0,000
PSDB	645	0,761	0,000
PSDC	501	0,520	0,000
PSL	428	0,566	0,000
PSOL	440	0,692	0,000
PSTU	89	0,688	0,000
PT	783	0,802	0,000
PT do B	400	0,565	0,000
PTB	525	0,670	0,000
PTC	459	0,564	0,000
PTN	492	0,565	0,000
PV	710	0,671	0,000

2016

Partido	N	R	P-valor
DEM	404	0,753	0,000
NOVO	136	0,733	0,000
PC do B	513	0,679	0,000
PCB	15	0,075	0,000
PCO	16	0,115	0,000
PDT	505	0,790	0,000
PEN	548	0,603	0,000
PHS	572	0,654	0,000
PMB	254	0,631	0,000
MDB	574	0,799	0,000
PMN	419	0,627	0,000
PP	472	0,730	0,000
PPL	276	0,533	0,000
PPS	516	0,605	0,000
PR	388	0,690	0,000
PRB	506	0,719	0,000
PROS	358	0,660	0,000
PRP	506	0,521	0,000
PRTB	367	0,482	0,000
PSB	551	0,732	0,000
PSC	565	0,551	0,000
PSD	558	0,695	0,000
PSDB	622	0,820	0,000
PSDC	534	0,571	0,000
PSL	478	0,476	0,000
PSOL	511	0,728	0,000
PSTU	85	0,702	0,000
PT	540	0,795	0,000
PT do B	325	0,667	0,000
PTB	549	0,710	0,000
PTC	503	0,529	0,000
PTN	636	0,516	0,000
PV	639	0,556	0,000
REDE	274	0,727	0,000
SD	429	0,655	0,000

Fonte: Elaborado pelo autor.

Para todos os partidos, em ambas as eleições, observou-se associação positiva e significativa (P-valor = 0,000), demonstrando um padrão em que, mais uma vez, quanto maior os gastos na campanha, maior a quantidade de votos que o candidato recebe, mesmo com o fim do financiamento empresarial de campanha.

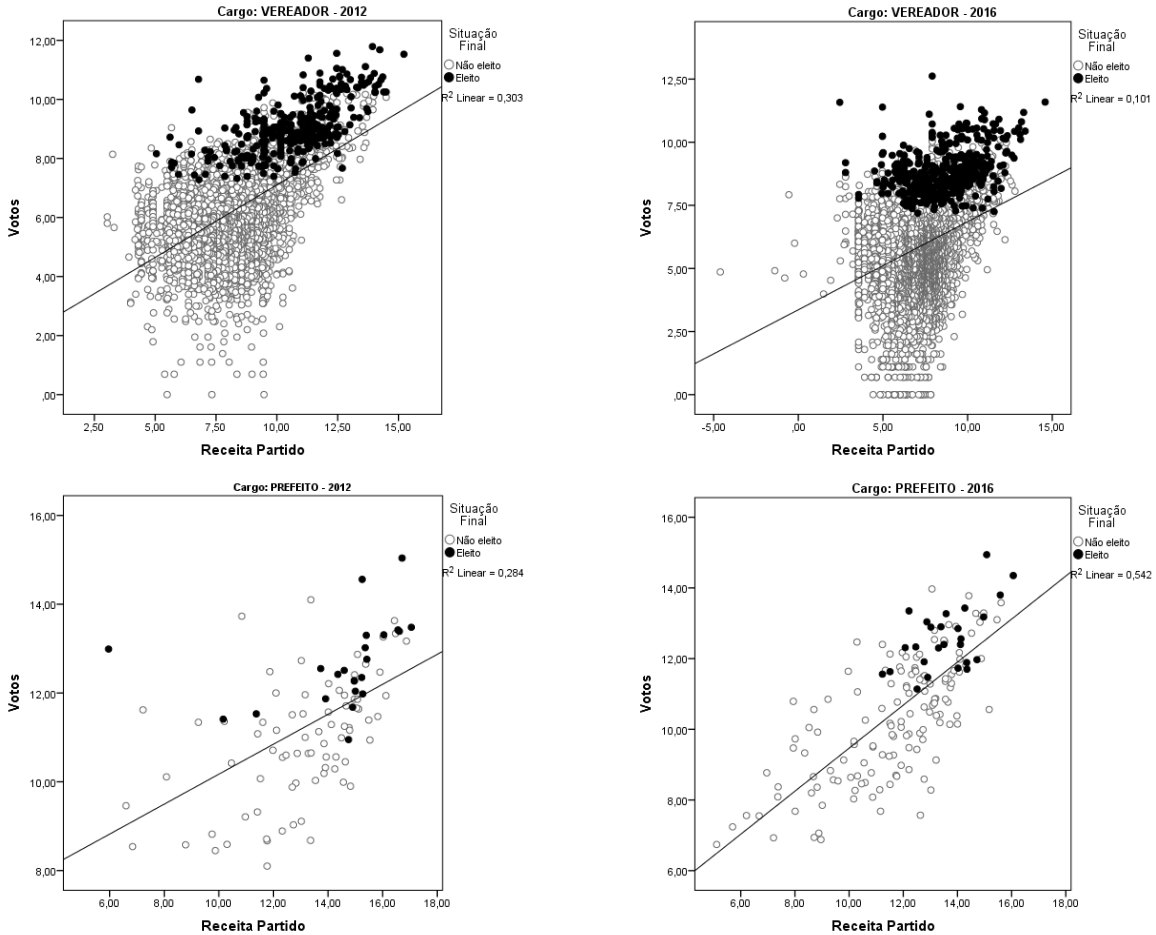
Conforme pôde ser observado, os dados apresentados demonstram forte associação positiva entre receitas e votos, seja qual for o estado da federação, partido político ou situação do candidato ao final da eleição.

a)O financiamento partidário passou a ser mais determinante no resultado final da campanha?

Passamos a testar a segunda hipótese deste trabalho, em que financiamento partidário passou a ser mais determinante no resultado final da campanha com o fim do financiamento empresarial.

Os dados a seguir apresentam variáveis estatísticas levando em consideração a receita partidária e os votos alcançados para os cargos de vereador e prefeito nas eleições de 2012 e 2016.

Gráfico 8 - Correlação entre Receita Partido e Votos



Fonte: Elaborado pelo autor.

Em 2016, para o cargo de vereador, o modelo apresentou um coeficiente de determinação (r^2) 0,101, enquanto que para os candidatos a prefeito, o coeficiente foi de 0,542. Isto representa um melhor ajuste da função linear do recurso partidário para os candidatos a prefeito.

Tabela 15 - Modelo Explicativo por cargo x receita partido

Cargo	R	R²	B	P-valor
Vereador - 2012	0,551	0,303	0,551	0,000
Vereador - 2016	0,318	0,101	0,318	0,000
Prefeito - 2012	0,533	0,284	0,533	0,000
Prefeito - 2016	0,736	0,542	0,736	0,000

Fonte: Elaborado pelo autor.

Conforme resultados, o efeito da receita de campanha partidária sobre os votos se apresentou maior para os candidatos a prefeito nas eleições de 2016 do que em 2012, confirmando a nossa segunda hipótese do trabalho, em que o financiamento partidário assumiria protagonismo nas eleições após o fim do financiamento empresarial. No entanto para o cargo de vereador, nas eleições de 2016, o efeito dos recursos partidários nos resultados eleitorais foi menor do que nas eleições de 2012. Este resultado pode ser explicado pela tabela abaixo, que apresenta o impactado detalhado de todos os tipos de financiamentos de campanha nas eleições de 2012 e 2016.

Tabela 16 - Modelo Explicativo por cargo x tipo de receita

Cargo	Tipo de Financiamento	R	R²	B	P-valor
Vereador - 2012	Receita Própria	0,511	0,261	0,511	0,000
	Receita Pessoa Física	0,580	0,336	0,580	0,000
	Receita Partido	0,551	0,303	0,551	0,000
	Receita Comitê ou outro candidato	0,372	0,139	0,372	0,000
	Receita Pessoa Jurídica	0,603	0,363*	0,603	0,000
	Receita Internet	0,325	0,105	0,325	0,000
	Receitas Diversas	0,141	0,020	0,141	0,000
Vereador - 2016	Receita Própria	0,579	0,335**	0,579	0,000
	Receita Pessoa Física	0,603	0,364*	0,603	0,000
	Receita Partido	0,318	0,101	0,318	0,000

	Receita Comitê ou outro candidato	0,237	0,056	0,237	0,000
	Receita Pessoa Jurídica	-	-	-	0,000
	Receita Internet	0,238	0,056	0,238	0,000
	Receitas Diversas	0,174	0,030	0,174	0,000
	Receita Própria	0,394	0,155	0,394	0,000
	Receita Pessoa Física	0,572	0,327	0,572	0,000
	Receita Partido	0,533	0,284	0,533	0,000
Prefeito - 2012	Receita Comitê ou outro candidato	0,438	0,192	0,438	0,000
	Receita Pessoa Jurídica	0,576	0,332*	0,576	0,000
	Receita Internet	0,382	0,146	0,382	0,000
	Receitas Diversas	0,428	0,183	0,428	0,000
	Receita Própria	0,475	0,226	0,475	0,000
	Receita Pessoa Física	0,666	0,443	0,666	0,000
	Receita Partido	0,736	0,542* **	0,736	0,000
Prefeito - 2016	Receita Comitê ou outro candidato	0,471	0,222	0,471	0,000
	Receita Pessoa Jurídica	-	-	-	0,000
	Receita Internet	0,310	0,096	0,310	0,000
	Receitas Diversas	0,354	0,125	0,354	0,000

* Coeficiente de determinação de maior impacto para o referido cargo/eleição
** Coeficiente com maior aumento de impacto entre a eleição de 2012 e 2016
Fonte: Elaborado pelo autor.

Analisando o cargo de vereador, os resultados demonstram que enquanto o impacto do financiamento partidário foi reduzido nas eleições 2016 em comparação a 2012, os demais tipos de receitas permaneceram estáveis. Exceção se fez com a receita própria dos candidatos que teve um incremento de 27% no coeficiente de determinação.

5 CONCLUSÃO

O fim do financiamento empresarial diminuiu o impacto da receita sobre os votos? O financiamento partidário passou a ter protagonismo nos resultados

eleitorais? Neste trabalho, analisamos as eleições para vereador e prefeito no Brasil em 2012 e 2016, combinando análise documental, análise descritiva e testes de regressão linear e correlação de Pearson.

Os resultados obtidos sugerem que, para todos os cargos analisados, há correlação e coeficientes de determinação positivos e significativos para as receitas de campanha e votos recebidos mesmo após o fim do financiamento empresarial de campanha, bem como se confirmou que o financiamento partidário assumiu protagonismo no resultado das eleições para prefeito em 2016, tendo em vista que o efeito marginal da receita partidária de campanha foi consideravelmente maior para os candidatos a prefeito em 2016 em relação a 2012. No entanto, a segunda hipótese da pesquisa não se confirmou para o cargo de vereador. Para este, nas eleições de 2016, a receita protagonista foi a receita própria, que de uma eleição para outra teve um incremento no fator de determinação de quase um terço.

Como desafio e visando uma melhor análise do efeito dos tipos de receita de campanha sobre os votos, entendemos que deva ser feito estudo pormenorizado em todos os municípios da federação, bem como para os demais cargos nas eleições de 2018, sobre o impacto do financiamento de campanha, buscando verificar se padrões nacionais e regionais se repetem localmente, bem como uma análise segregada pelo gênero dos candidatos.

REFERÊNCIAS

ÁLVAREZ, L. (2010) 'Roberto Courtney: Bono solo abona a la ilegalidad de Ortega', **El Nuevo Diario**, 4 maio. Disponível em: <www.elnuevodiario.com.ni/nacionales/73687>.

ANSOLABEHERE, S.; GERBER, A. (1994), "The Mismeasure of Campaign Spending: Evidence from the 1990 U.S. House Elections", **The Journal of Politics**, v. 56, n. 4: 1106-1118.

ARAUJO, C.; ALVES, J. E. D. (2007), "Impactos de indicadores sociais e do sistema eleitoral sobre as chances das mulheres nas eleições e suas interações com as cotas", **Revista Dados**, v. 50, n. 3: 535-577.

ARAÚJO, Caetano Ernesto Pereira de. O monopólio dos partidos sobre a representação política. **Revista de Informação Legislativa: Reforma politica**, Brasília, ano 41, n. 161, jan./mar. 2004.

Artiga-Gonzalez, A. (2011) 'La financiacion de los partidos políticos en El Salvador', in Financiamiento de los Partidos Políticos en América Latina. México: IFE, **International Idea**, OAS.

BACKES, Ana Luiza; VOGEL, Luiz Henrique. Financiamento de campanhas: problemas do modelo atual e opções legislativas para enfrentá-los. **Brasília: Câmara dos Deputados**, Consultoria Legislativa, 2014.

BECK, N.; KATZ, J. (1995), "What to do (and not to do) with Times-Series Cross-Section", **American Political Science Review**, v. 89, n. 3: 634-647.

BECKER, G. (1983), "A theory of competition among pressure groups for political influence", **Quarterly Journal of Economics**, v. 98: 371-400.

BEGHIN, J.C. (1990), "A game-theoretic model of endogenous public policies", **American Journal of Agricultural Economics**, v.72: 631-640.

Bértoa, Fernando C. B., Molenaar F., Piccio, D., Rashkova, E. (2014). 'The World Upside Down: De-Legitimising Political Finance Regulation', **International Political Science Review**, v. 35, n. 3, 355-375.

BLALOCK, H. M. (1974), Measurement in the social sciences: Theories and strategies. Aldine Transaction.

BLOCH, F.E. (1993), “Political support for minimum wage legislation”, **Journal of Labor Research**, v. 14, n. 2: 187-190.

BLYTH, C. R. (1972), “On Simpson’s paradox and the sure-thing principle”, **Journal of the American Statistical Association**, v. 67, n. 388: 364-366.

BOBBIO, Norberto, MATTEUCCI, Nicola; PARQUINO, Gian-franco. **Dicionário de Política**. 11. ed. Brasília: UNB, 1998. v. 1.

BOHMAN, M.; JARVIS, L.; BARICHELLO, R. (1996), “Rent Seeking and International Commodity Agreements: The Case of Coffee.” **Economic Development and Cultural Change**, v. 44, n. 2: 379-404.

BOSSI, J. (2009) ¿Sabe cómo se financia la campaña?’, **Crítica de la Argentina** [Critique of Argentina], 31 maio. Disponível em: <http://criticadigital.com/impresa/index. php?secc=nota&nid=25212>.

BOURDOUKAN, Adla Youssef. **O bolso e a urna: financiamento político em perspectiva comparada**. 2009. 152 f. Tese (Doutorado em Ciência Política) – Departamento de Ciência Política, Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009.

BRAGA, M. do S.; BOURDOUKAN, A. (2008), “Partidos políticos no Brasil: organização partidária, competição eleitoral e financiamento público” in: **32º Encontro Anual da ANPOCS**, Caxambu. Disponível em: <http://www.anpocs.org/portal/index.php?option=com_docman&task=cat_view&gid=44&Itemid=412>. Acesso em: 30 de novembro de 2014.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF: Senado Federal, 1988. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/ConstituicaoCompilado.htm>. Acesso em: 05 out. 2017.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Poder Executivo, Brasília, DF, 05 out. 1988. Seção 1, p. 1.

_____. Lei nº 1.164, de 24 de julho de 1950. Institui o Código Eleitoral. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Poder Executivo, Brasília, DF, 26 jul. 1950. Seção 1, p. 10987.

_____. Lei nº 4.115, de 22 de agosto de 1962. Introduz alterações na Lei nº 4.109, de 27 de julho de 1962, e dá outras providências. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Poder Executivo, Brasília, DF, 22 ago. 1962. Seção 1, p. 8773.

_____. Lei nº 4.737, de 15 de julho de 1965. Institui o Código Eleitoral. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Poder Executivo, Brasília, DF, 19 jul. 1965. Seção 1, p. 6746.

_____. Lei nº 4.740, de 15 de julho de 1965. Lei Orgânica dos Partidos Políticos. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Poder Executivo, Brasília, DF, 19 jul. 1965. Seção 1, p. 6764.

_____. Lei nº 5.682, de 21 de julho de 1971. Lei Orgânica dos Partidos Políticos. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Poder Executivo, Brasília, DF, 21 jul. 1971. Seção 1, p. 5673.

_____. Lei nº 9.096, de 19 de setembro de 1995. Dispõe sobre partidos políticos, regulamenta os arts. 17 e 14, § 3º, inciso V, da Constituição Federal. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Poder Executivo, Brasília, DF, 20 set. 1995. Seção 1, p. 14545.

_____. Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997. Estabelece normas para as eleições. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Poder Executivo, Brasília, DF, 1º out. 1997. Seção 1, p. 21801.

_____. Lei nº 9.868, de 10 de novembro de 1999. Dispõe sobre o processo e julgamento da ação direta de inconstitucionalidade e da ação declaratória de constitucionalidade perante o Supremo Tribunal Federal. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Poder Executivo, Brasília, DF, 11 nov. 1999. Seção 1, p. 1.

_____. Lei nº 11.300, de 10 de maio de 2006. Dispõe sobre propaganda, financiamento e prestação de contas das despesas com campanhas eleitorais, alterando a Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Edição Extra, Poder Executivo, Brasília, DF, 11 mai. 2006. Seção 1, p. 1.

_____. Lei nº 13.165, de 29 de setembro de 2015. Altera as Leis nºs 9.504, de 30 de setembro de 1997, 9.096, de 19 de setembro de 1995, e 4.737, de 15 de julho de 1965 - Código Eleitoral, para reduzir os custos das campanhas eleitorais, simplificar a administração dos Partidos Políticos e incentivar a participação feminina. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Edição Extra, Poder Executivo, Brasília, DF, 29 set. 2015. Seção 1, p. 1.

_____. Lei nº 13.487, de 06 de outubro de 2017. Altera as Leis nºs 9.504, de 30 de setembro de 1997 (Lei das Eleições), 9.096, de 19 de setembro de 1995, e 4.737, de 15 de julho de 1965 (Código Eleitoral), e revoga dispositivos da Lei nº 13.165, de 29 de setembro de 2015 (Minirreforma Eleitoral de 2015), com o fim de promover

reforma no ordenamento político-eleitoral. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Edição Extra, Poder Executivo, Brasília, DF, 06 out. 2017. Seção 1, p. 1.

_____. Lei nº 13.488, de 06 de outubro de 2017. Altera as Leis nºs 9.504, de 30 de setembro de 1997 (Lei das Eleições), 9.096, de 19 de setembro de 1995, e 4.737, de 15 de julho de 1965 (Código Eleitoral), e revoga dispositivos da Lei nº 13.165, de 29 de setembro de 2015 (Minirreforma Eleitoral de 2015), com o fim de promover reforma no ordenamento político-eleitoral. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Edição Extra, Poder Executivo, Brasília, DF, 06 out. 2017. Seção 1, p. 1.

BROWN ARAÚZ, H. (2010) 'La política de la Reforma Electoral en Panamá', in **Las reformas electorales en Panamá: claves de desarrollo humano para la toma de decisiones**. Panama: UNDP.

CAMPOS, M. M. (2004), "Financiamento de Campanhas Eleitorais e Accountability na América do Sul: Argentina, Brasil e Uruguai em perspectiva comparada" in: **Fórum IUPERJ/UFMG - Democracia e Desenvolvimento na América Latina**, Belo Horizonte. Disponível em: <http://neic.iesp.uerj.br/forum_democracia.html>. Acesso em: 30 de novembro de 2014.

_____. (2009), **"Democracia, Partidos e Eleições: os custos do sistema partidário-eleitoral no Brasil"**, *Tese (doutorado), Programa de Pós-Graduação em Ciência Política*. Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG).

CANALES, A. (2012) 'Multan a partidos pero ninguno supera topes de campaña: IFE', in **La Silla Rota**. Disponível em: <www.e-consulta.com/2012/index.php/nacionales/item/multan-a-partidos-pero-ninguno-rebaso-topes-de-campana-ife>.

CÁRDENAS MORALES, N. (2011) El financiamiento público de los partidos políticos nacionales para el desarrollo del liderazgo político de las mujeres. **México: Tribunal Electoral del** Poder Judicial.

CARDOSO, V. (2012) 'La ley antilavado, una vacilada, dice Buscaglia', **La Jornada**, 17 out. Disponível em: <www.jornada.unam.mx/2012/10/18/politica/003n1pol>.

CAREY, J.; SHUGART, M. (1995), "Incentives to Cultivate a Personal Vote: A Rank Ordering of Electoral Formulas", **Electoral Studies**, v. 14, n. 4: 417-439.

CARQUEZ, C**.** (2012) 'CNE: Medios no pueden hacer campaña por cuenta propias', **El Nacional**, 11 jul. Disponível em: <http://impresodigital.el-nacional.com/ediciones/guardar/guardar2.asp?archivo=n1_2n120120711&C=&P=&N=&fe chaEd=7/11/2012>.

CARTER CENTER (2012) ‘Regulación de campañas electorales. El caso de Colombia. Ponencia presentada en el seminario Campañas electorales: una mirada comparativa em el hemisferio’. **Caracas**, nov.

CASAS, K., ZOVATTO, D. (2004) ‘Financiamiento político en Centroamérica, Panamá, República Dominicana y México’, **in De las normas a las buenas prácticas**. San Jose: International Idea, OAS.

CASAS, K., ZOVATTO, D. (2011) ‘Para llegar a tiempo: Apuntes sobre la regulación del financiamiento político en America Latina’, in **Financiamiento de los Partidos Político en América Latina**. México: IFE, International Idea, OAS.

CHASQUETTI, D. (2011) ‘Financiamiento Político en Uruguay’, in **Financiamiento de los Partidos Políticos en América Latina**. México: IFE, International Idea, OAS.

CLAUDIO FUENTES S. (2017). As novas regras do jogo político no Chile: partidos, campanhas e probidade. **Análise Nº 29/2017**. São Paulo: Friedrich-Ebert-Stiftung (FES).

COELHO, E. C. (1999), As Profissões Imperiais: Medicina, Engenharia e Advocacia no Rio de Janeiro, 1822-1930. Rio de Janeiro, **Editora Record**.

COLEMAN, J. J.; MANNA, P. F. (2000), “Congressional Campaign Spending and the Quality of Democracy”, **The Journal of Politics**, v.62, n. 3: 757-789.

CONCEIÇÃO, Bruno da. S.; VASCONCELOS, C. Quem paga a conta dos políticos locais? análise do financiamento das campanhas municipais nas capitais brasileiras em 2012. **Teoria & Sociedade (UFMG)**, v. 2, p. 79-102, 2015.

CORCUERA, S. (2011) ‘El financiamiento político en Argentina’, in **Financiamiento de los Partidos Políticos en América Latina**. México: IFE, International Idea, OAS.

CORDERO, L. A. (2003) Análisis comparativo sobre financiamiento de campañas y partidos políticos Costa Rica. **Unidad para la Promocion de la Democracia OAS**, International Idea.

CORPORACION ARCO IRIS (2011) ‘Parapolíticos, influencia en la Costa’**, Arco Iris**, 21 nov. Disponível em: <www.arcoiris.com.co/2011/11/parapoliticos-influencia-en-la-costa/>.

COX, G. W.; THIES, M. F. (2000), “How Much Does Money Matter? “Buying” votes in Japan, 1967-1990”, **Comparative Political Studies**, v. 33, n. 1: 37-57.

DADOR, J., LLANOS, B. (eds) (2007) La igualdad esquiva: Una mirada de genero a las elecciones generales 2006. **Peru: International Id**ea, Asociación Civil Transparencia.

DIARIO hoy (2009) 'Hay que esperar 14 anos para que un corrupto sea condenado', **Diario Hoy**. Disponível em: <http://pdf.diariohoy.net/2009/11/02/pdf/cuerpo.pdf>.

DINIZ, E.; BOSCHI, R. R. (2003), "Empresariado e estratégias de desenvolvimento", **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 18, n. 52: 15-34.

_____. (2004), *Empresários, interesses e mercado: dilemas do desenvolvimento brasileiro.* Belo Horizonte, UFMG.

DOWNS, A. (1957), **An economic theory of democracy**. New York, Harper & Row.

DRAGONETTI, M. (2011) 'Campanas en offside', **Plaza de Mayo**, 4 jul. Disponível em: <www.plazademayo.com/2011/07/campanas-en-offside/>.

DUVERGER, M. (1980), Os Partidos Políticos. Brasília: **Editora UNB**.

ECONOMIC COMMISSION FOR LATIN AMERICA (Eclac) (2012) **Foreign Direct Investment in Latin America and the Caribbean 2011**. Santiago de Chile: United Nations.

EL DÍA DE SANTA CRUZ DE BOLIVIA (2010) 'Polémica por descuentos para la campaña del MAS', **El Día de Santa Cruz**. Disponível em: <www.eldia.com.bo/mobile.php?cat=280&pla=7&id_ articulo=8335>.

EL DIARIO (2011) 'Ex Viceministro denuncia "diezmo" obligatorio para candidatos masistas', **El Diario**, 23 set. Disponível em: <www.eldiario.net/noticias/2011/2011_09/nt110923/2_02plt.php>.

EL NACIONAL (2012) 'Instruyeron a los partidos para rendir cuentas de la campana', **El Nacional**, 21 maio. Disponível em: <www.contextotmt.net/base/krafts/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id=37688>.

EL TIEMPO (2007) 'Así financian sus campañas los seis candidatos a la Alcaldía de Bogotá que puntean en las encuestas', **El Tiempo**, 7 out. Disponível em: <www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-3757033>.

EL UNIVERSO (2005) 'Partidario de SP niega que donación de Taiwan haya sido usado en campaña', **El Universo**, 15 fev. Disponível em:

<www.eluniverso.com/2005/02/15/0001/8/D8E1593146B9471F93BEB10E6F9C9F8F.html>.

EL UNIVERSO (2007) 'En el TEG se registraron solo 12 tesoreros', **El Universo de Ecuador**, 21 ago. Disponível em: <www.eluniverso.com/2007/08/21/0001/8/7A2D43D6F-8DF4A7B95A4B120ADF1AE4D.HTML>.

EVERTSSON, N. (2010) Report of Survey on Electoral Campaign in Colombia. Stockholm: **Stockholm University**.

FAORO, RAYMUNDO. Os donos do poder: formação do patronato politico brasileiro. 4. ed. Porto Alegre: **Globo**, 1977. v. 1.

_____. *Os donos do poder:* formação do patronato político brasileiro. 3. ed. **Porto Alegre**, 1976. v. 2.

FAUGHMAN, B., ZECHMEISTER, E. (2011) 'Vote Buying in the Americas', in **Americas Baromoter Insights**, 57, p. 1-8.

FIGUEIREDO FILHO, D. B. (2009), **"O elo corporativo? Grupos de interesse, financiamento de campanha e regulação eleitoral"**. Dissertação (mestrado), Programa de Pós-Graduação em Ciência Política. Universidade Federal de Pernambuco (UFPE).

_____. (2012), **"Gastos de campanha, níveis de pobreza e resultados eleitorais no Brasil"**. *Tese (doutorado), Programa de Pós-Graduação em Ciência Política*. Universidade Federal de Pernambuco (UFPE).

FIGUEIREDO FILHO, D. et al. (2012), "Levando Gary King a sério: desenhos de pesquisa em Ciência**. Revista Eletrônica de Ciência Política**, Paraná, vol. 3, n. 1-2

FIGUEIREDO FILHO; D. B.; SILVA JÚNIOR, J. A. da. (2009), "Desvendando os Mistérios do Coeficiente de Correlação de Pearson (r)", **Revista Política Hoje**, v. 18, n. 1: 115-146.

_____. (2011), "O que fazer e o que não fazer com a regressão: pressupostos e aplicações do modo linear de Mínimos Quadrados Ordinários (MQO)", **Revista Política Hoje**, v. 20, n. 1: 199-212.

_____. (2011), "What is R2 all about? Leviathan", **Cadernos de Pesquisa Política**, v. 3: 60-68.

_____. (2012), “Classificando regimes políticos utilizando análise de conglomerados”, **Opinião Pública**, v. 18, n. 1: 109-128.

FIGUEIREDO, A. C.; LIMONGI, F. (2002), “Incentivos Eleitorais, Partidos e Política Orçamentária”, **Revista Dados**, v. 45, n. 2: 303-344.

FIGUEIREDO, M. (1991), A decisão do voto: democracia e racionalidade. **São Paulo**, Editora Sumaré/ANPOCS.

FINANCIAMENTO DE PARTIDOS POLÍTICOS E CAMPANHAS ELEITORAIS: UM MANUAL SOBRE FINANCIAMENTO POLÍTICO. Editores Elin Falguera, Samuel Jones, Magnus Ohman; colaboradores Julie Ballington. [et al.]. – Rio de Janeiro : FGV Editora, 2015.

FLEISCHER, D. (2000), Reforma Política e Financiamento das Campanhas Eleitorais In: **Os custos da Corrupção**. Cadernos Adenauer, n. 10.

FLEISHER, DAVID. Reforma política e financiamento das campanhas eleitorais. p. 79-103. In: SPECK, Bruno Wilheilm; ABRAMO, Cláudio Weber; SILVA, Marcos Fernandes G. da; FLEISHER, David; NASSMACHER, Karl Heinz. (Orgs.). **Os custos da corrupção**. São Paulo: Fundação Konrad Adenauer Stiftung, 2000. (Cadernos Adenauer, 10).

FREIDENBERG, F., LEVITSKY, S. (2007) ‘Organización informal de los Partidos en América Latina’, **Desarrollo Económico**, 46(184), p. 539-68.

FREITAS, C. (2012) ‘Candidatos a prefeito de Goiânia devem gastar R$ 51,25 milhões em campanha’, **Diário Mahná**, 29 jul. Disponível em: <www.maisgoias.com.br/noticias/politica/2012/6/29/25579.html?Candidatos+a+prefeito+de+Goiania+devem+gastar+R$+51,+25+milhoes+em+campanha>.

FUENTES, C. (2011) ‘Financiación de Partidos Políticos en Chile’, in **Financiamiento de los Partidos Políticos en América Latina**. México: IFE, International Idea, OAS.

GERBER, A. (1998), “Estimating the Effect of Campaign Spending on Senate Election Outcomes Using Instrumental Variables”, **American Political Science Review**, v. 92, n. 2: 401-412.

GEUNA, L. (2010) ‘Intiman a los jueces electorales a resolver sobre gastos de campaña’, **El Clarín**, 6 out. Disponível em: <www.clarin.com/politica/ Intiman-electorales-resolver-gastos-campana_0_348565159.html>.

GIERTZ, F.; SULLIVAN, D. (1977), Donor Optimization in the Food Stamp Program. **Public Choice**, Spring.

GLANTZ, S. A.; ABRAMOWITZ, A. I.; M. P. BURKART. (1976), “Election Outcomes: Whose Money Matters?”, **Journal of Politics**, v. 38: 1033-1038.

GLOBAL COMMISSION ON ELECTIONS, DEMOCRACY AND SECURITY (2012) **Deepening Democracy: A Strategy for Improving the Integrity of Elections Worldwide**. Stockholm/Geneva: International Idea and Kofi Annan Foundation.

GLOBAL INTEGRITY (2007) **Global Integrity Report: Country Scorecard 2007**. Washington, D.C.: Global Integrity.

GLOBAL INTEGRITY (2008) **Global Integrity Report: Country Scorecard 2008**. Washington, D.C.: Global Integrity.

GLOBAL INTEGRITY (2009) **Global Integrity Report: Country Scorecard 2009**. Washington, D.C.: Global Integrity.

GLOBAL INTEGRITY (2010) **Global Integrity Report: Country Scorecard 2010**. Washington, D.C.: Global Integrity.

GLOBAL INTEGRITY (2011) **Global Integrity Report: Country Scorecard 2011. Washington**, D.C.: Global Integrity.

GREEN, D. P.; KRASNO, S. (1988), “Salvation for the Spendthrift Incumbent: Reestimating the Effects of Campaign Spending in House Elections”, **American Journal of Political Science**, v. 32: 884-907.

_____. (1990), “Rebuttal to Jacobson's "New Evidence for Old Arguments", **American Journal of Political Science**, v. 34, n. 2: 363-372.

GRIER, K. (1989), “Campaign spending and senate elections, 1978–1984”, **Public Choice**, v. 63, n. 3: 201-220.

GUTIÉRREZ, P., ZOVATTO, D. (2011) ‘Balance Regional: Financiamiento político en América Latina 2004-2010’, in **Financiamiento de los Partidos Políticos en América Latina**. México: IFE, International Idea, OAS.

HOROCHOVSKI, RODRIGO ROSSI et al. Estruturas de poder nas redes de financiamento político nas eleições de 2010 no Brasil. **Opin. Publica**, Campinas, v. 22, n. 1, p. 28-55, Apr. 2016.

HOUSER, D.; STRATMANN, T. (2008), “Selling favors in the lab: Experiments on campaign finance reform”, **Public Choi**ce, v. 136: 215-239.

HURTADO, S. (2010) ‘Correa: Ley que limita financiamiento de ONG pretende desaparecerlas’, **El Nacional**, 22 dez.

INTERNATIONAL IDEA, **Banco de Dados de Financiamento Político**. Disponível em: <www.idea.int/ political-finance>.

JACOBSON, G. C. (1978), “The Effect of Campaign Spending in Congressional Elections”, **American Political Science Review**, v. 72: 469-491.

JACOBSON, G. C. (1980), Money in congressional elections. New Yourk: **Yale University Press**.

JACOBSON, G.C. (1985), “Money and votes reconsidered: Congressional elections, 1972-1982.” **Public Choice**, v. 47: 7-62.

KUPFERSCHMIDT, D. (2009) Illicit Political Finance and State Capture. Stockholm: **International Idea**.

La Razón (2009) ‘Evo se refuerza con invitados para su lista legislativa’, **La Razón**, 8 set. Disponível em: <http://educamposv.lacoctelera.net/post/2009/09/08/evo-se-refuerza-con-invitados-su-lista-legislativa>.

LA SEGUNDA (2012) ‘,:Quienes son los mecenas de la polí’tica chilena?’, **La Segunda**, 14 abr. Disponível em: <www.lasegunda.com/Noticias/Impreso/2012/04/737898/losmecenas-de-la-politica>.

LEMOS, L. B.; MARCELINO, D.; PEDERIVA; J. H. (2010), “Porque dinheiro importa: a dinâmica das contribuições eleitorais para o Congresso Nacional em 2002 e 2006”, **Opinião Pública**, v. 16, n. 2: 366-393.

LEONI, E.; PEREIRA, C.; RENNÓ, L. (2003), “Estratégias para sobreviver politicamente: Escolhas de carreiras na Câmara de Deputados do Brasil”, **Opinião Pública**, v. 9, n. 1: 44-67.

LIJPHART, A. (1971), “Comparative Politics and the Comparative Method”, The **American Political Science Review**, v. 65, n. 3: 682-693.

LIJPHART, A. (2003), Modelos de Democracia: desempenho e padrões de governo em 36 países. Rio de Janeiro: **Civilização Brasileira**.

LIMONGI, F.; FIGUEIREDO, A. (1994), “O Processo Legislativo e A Produção Legal No Congresso Pós-Constituinte”, **NOVOS ESTUDOS**, v. 38: 3-38.

_____. (1995), "Partidos Políticos na Câmara dos Deputados: 1989-1994". **Revista Dados**, v. 38, n. 3: 497-525.

LLANOS, B. (2012) Ojos que (aún) no ven: Nuevo reporte de ochopaises: género, campañas electoralesy medios en América Latina. Lima: **International Idea.**

LLANOS, B., TELLO, P. (eds) (2012) Igualdad: para cuando? Género y elecciones peruanas 2011-2012. Lima: **International Idea**.

LOS ANGELES TIMES (1997) ‘Yes, Drug Lords, There’s a Santa’, Los Angeles Times, 19 dez. Lugo-Galicia, H., Hinds, A. (2012) ‘Evaden debate de soberanía, pero dan fondos a promotores del PSUV’, **El Nacional**, 6 jun. Disponível em: <www.contextotmt.net/base/krafts/index2.php?option=com_content&do_ pdf=1&id=38132l>.

MANCUSO, W. P. (2004), “O lobby da indústria no Congresso Nacional: empresariado e política no Brasil contemporâneo”, **Revista Dados**, v. 47, n. 3: 505-547.

_____. (2007), “O empresariado como ator político no Brasil: balanço da literatura e agenda de pesquisa”, **Revista Sociologia e Política**, n. 28: 131-146.

_____. (2012), “Investimento eleitoral no Brasil: balanço da literatura e agenda de pesquisa” *in*: **8º Encontro da Associação Brasileira de Ciência Política (ABCP)**, Gramado. Disponível em: <http://www.cienciapolitica.org.br/encontros/8o-encontro-abcp/>. Acesso em: 30 de novembro de 2014.

_____. (2015), “Investimento eleitoral no Brasil: balanço da literatura (2001-2012) e agenda de pesquisa”, **Revista de Sociologia e Política**, v. 23, n. 54, p. 155-183.

MANCUSO, W. P.; SPECK, B. W. (2012), “Financiamento empresarial e desempenho eleitoral no Brasil: um estudo das eleições para deputado federal em 2010” in: **VIII Workshop Empresa, Empresários e Sociedade**, v.1: 1-23.

MANCUSO, W. P.; SPECK, B. W. . A study on the impact of campaign finance, political capital and gender on electoral performance. **Brazilian Political Science Review**, v. 8, p. 34-57, 2014.

MANCUSO, W. P.; SPECK, B. W. . Financiamento de campanhas e prestação de contas. **Cadernos ADENAUER** (São Paulo), v. 15, p. 1-15, 2014.

MANCUSO, W. P.; SPECK, B. W. . Financiamento empresarial na eleição para deputado federal (2002-2010): determinantes e consequências. **TEORIA & SOCIEDADE (UFMG)**, v. 23, p. 103-125, 2015.

MANCUSO, W. P.; SPECK, B. W. . Os preferidos das empresas: um estudo de determinantes do financiamento eleitoral empresarial. In: Paulo Roberto Neves da Costa; Juarez Pont. (Org.). **Empresários, Desenvolvimento, Cultura e Democracia**. 1ed.Curitiba: Editora da UFPR, 2015, v. , p. 185-195.

MARCELINO, D. (2010), **Sobre dinheiro e eleições: um estudo dos gastos de campanha para o Congresso Nacional em 2002 e 2006**. Dissertação (mestrado). Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais. Universidade Federal de Brasília (UNB).

MEJÍA, D., RICO, D. M. (2011) 'La microeconomia de la producción y el tráfico de cocaína en Colombia', in A. G. Uribe, D. Meja (eds), **The Political Fight against Drugs in Colombia: Successes, Failures and Diversions**. Bogotá: Universidad de los Andes.

MELO-SILVA, Gustavo. Redes de investimento e o financiamento de campanhas em Minas Gerais. **Rev. Adm. Pública**, Rio de Janeiro, v. 50, n. 4, p. 689-709, ago. 2016

MENDEVIL, L. (2011) 'Colombia: Cómo lo hicieron?', **Crónica**, 2 set. Disponível em: <www.cronica.com.mx/ notaOpinion.php?id_nota=602659>.

MENÉNDEZ, M. (2002) 'Mercados Persas en las campañas Políticas', **El Tiempo**, 30 abr. Disponível em: <www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-1357355>.

NICOLAU, J. M. (1996), **Multipartidarismo e Democracia**. Rio de Janeiro, Editora FGV.

_____. (2000), ***Sistemas Eleitorais***. Rio de Janeiro, Editora FGV.

_____. (2000), "Disciplina partidária e base parlamentar na Câmara dos Deputados no primeiro governo Fernando Henrique Cardoso (1995-1998**)**", **Revista Dados**, v. 43, n.4: 709-735.

_____. (2002), "Como Controlar o Representante? Considerações sobre as Eleições para a Câmara dos Deputados no Brasil", **Revista Dados**, v. 45, n. 2: 219-236.

_____. (2006), "O sistema eleitoral de lista aberta no Brasil", **Revista Dados***,* v. 49, n. 4: 689-720.

NORRIS, P. (2006), “The impact of electoral reform on women's representation”, **Special issue of Acta Politica**, v. 41: 197-213.

_____. (2004), *Electoral Engineering: Voting Rules and Political Behavior*. Cambridge, Cambridge University Press.

NOTICIAS UOL (2011) ‘77. STF condena deputado Asdrúbal Bentes (PMDB-PA) por esterilização de eleitoras’, 8 set. Disponível em: <http://noticias.uol.com.br/politica/escandalos-no-congresso/stf-condena-deputado-asdrubal-bentes-pmdb-pa-por-esterilizacao-de-eleitoras.htm>.

OHMAN, M. (2011) ‘Global Trends in the Regulation of Political Finance’, **Ipsa-ECPR Joint Conference**, Sao Paulo, 16-19 fev.

_____. (2012) Political Finance Regulations Around the World. Stockholm: **International Idea**.

ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT (Oecd) (2012) **Latin American Economic Outlook 2012**. Disponível em: <www.oecd.org/dev/ americas/48965859.pdf>.

ORGANIZATION FOR SECURITY AND CO-OPERATION IN EUROPE, OFFICE FOR DEMOCRATIC INSTITUTIONS AND HUMAN RIGHTS (Osce/Odihr), Venice Commission (2010) **Guidelines on Political Party Regulation**, CDL-AD(2010).

PALDA, F.; PALDA, K. (1998), “The impact of campaign expenditures on political competition in the french legislative elections of 1993”. **Public Choice**, v. 94, n. 1–2: 157-174.

PALDA, K. S. (1975), “The Effect of Expenditure on Political Success”, **Journal of Law and Economics**, v. 18, n. 3: 745-771.

PALERMO, V. (2000), “Como se governa o Brasil? O debate sobre instituições políticas e gestão de governo”, **Revista Dados**, v.43, n.3. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S001125820000003000004&script=sci_arttext>. Acesso em: 30 de novembro de 2014.

PEIXOTO, V. (2004), **Votos: Valem quanto pesam? O Impacto do Financiamento de Campanhas Eleitorais no Brasil**. Dissertação (mestrado). Mestrado em Ciência Política do Instituto Universitário de Pesquisa do Rio de Janeiro.

_____. (2008), “Impacto dos gastos de campanhas nas eleições de 2006” *in*: **32º Encontro anual da ANPOCS**, Caxambu. Disponível em:

<http://www.anpocs.org/portal/index.php?option=com_docman&task=cat_view&gid=44&Itemid=412>. Acesso em: 30 de novembro de 2014.

_____. (2012), “Impacto dos gastos de campanhas nas eleições legislativas de 2010: uma análise quantitativa” *in*: **8º Encontro da Associação Brasileira de Ciência Política (ABCP)**, Gramado. Disponível em: <http://www.cienciapolitica.org.br/encontros/8o-encontro-abcp/>. Acesso em: 30 de novembro de 2014.

PEREIRA, C.; RENNÓ, L. (2001), “O que é que o reeleito tem? Dinâmicas Político-Institucionais Locais e Nacionais nas Eleições de 1998 para a Câmara dos Deputados”, **Revista Dados**, v. 44, n. 2: 133-172.

_____. (2007), “O que é que o reeleito tem? O retorno: o esboço de uma teoria da reeleição no Brasil”, **Revista de Economia Política**, v. 27, n 4: 664-683.

PERISSINOTTO, R. M.; MIRIADE, A. (2009), “Caminhos para o Parlamento: Candidatos e Eleitos nas Eleições para Deputado Federal em 2006”, **Revista Dados**, v. 52, n. 2: 301-333.

Peschard, J. (2006) ‘Control over Party and Campaign Finance in Mexico’, **Mexican Studies**, 22(1), p. 83-106.

Poder Ciudadano (2008) Informe de Monitoreo del financiamiento de la Campaña Electoral Presidencial 2007. **Argentina, Poder Ciudadano**. Disponível em: <http://poderciudadano.org/informe-sobre-el-financiamiento-de-la-campana-presidencial/>.

QUIRÓS GALLEGOS, J. (2012) ‘Achacan culpas al TSE por irregularidades en campaña’, **Diario Extra**, 27 mar. Disponível em: <www.diarioextra.com/2012/marzo/27/nacionales05.php>.

Ramos, C. (2007) **‘La manipulación de la capacidad de inversión económica de los partidos derivada de la financiación privada indirecta’**, Thesis for licentiate in legal and social sciences, San Carlos University of Guatemala.

REGALADO FLORIDO, E. (2005) ‘Taiwan: fuente de financiamiento de corrupción centroamericana’, **El Catoblepas Revista Critica del Presente**, 35. Disponível em: <www. nodulo.org/ec/2005/n035p16.htm>.

REYNOLDS, ANDREW, REILLY, BEN, ELLIS, ANDREW (eds) (2005) Electoral System Design: The New International Idea Handbook. Stockholm: **International Idea**. Disponível em: <www.idea.int/publications/esd/>. Acesso em: 12 mar. 2018.

RIVERA, A. (2012) ‘México, el número dos en flujo de diñero ilícito’, Milenio, 30 set. Disponível em: <http://edomex.milenio.com/cdb/doc/noticias2011/ace-9c075d1834834a98f806b01a0e71e>.

ROMERO BALLIVIÁN, S. (2011) ‘La corta y sobresaltada historia del financiamiento público a los partidos políticos en Bolivia’, in **Financiamiento de los Partidos Políticos en América Latina**. México: IFE, International Idea, OAS.

ROSALES VALLADARES, R. (2010) ‘Financiamiento de los partidos políticos y las campañas electorales en Panamá’, in **Las reformas electorales en Panamá: claves de desarrollo humano para la toma de decisiones**. Panamá: UNDP.

SACCHET, T. (2011) Political Parties and the (Under) Representation of Women in Legislative Spheres: A Study on Electoral Recruitment and Campaign Finance. Paper presented at the **Ipsa-ECPR Joint Conference**, Universidade de Sao Paulo, Brazil, 16-19 fev.

SAMUELS, D. (2003), “Financiamento de campanha e eleições no Brasil: O que podemos aprender com o “caixa um” e propostas de reforma” in: BENEVIDES, M. V. et al. (orgs.) **Reforma Política e Cidadania**. São Paulo, Editora Fundação Perseu Abramo.

_____. (2001a), “Does Money Matter? Campaign Finance in Newly Democratic Countries: Theory and Evidence from Brazil”, **Comparative Politics**, v.34: 23-42.

_____. (2001b), “Incumbents and Challengers on a level Playing Field: Assessing the impact of Campaign Finance in Brazil”, **The Journal of Politics**, v.63, n. 2: 569-584.

_____. (2001c), “Money, Elections and Democracy in Brazil”, **Latin American Politics and Society**, v. 43, n. 7: 27-48.

_____. (2006), “Financiamento de campanhas no Brasil e propostas de reforma” *in*: SOARES; RENNÓ (orgs.). **Reforma Política – Lições da Historia Recente**. Rio de Janeiro, FGV.

SANTOS, F. (1999), "Instituições Eleitorais e Desempenho do Presidencialismo no Brasil", **Revista Dados**, v. 42, n 1: 111-138.

_____. (2003), *O Poder Legislativo no Presidencialismo de Coalizão*. Belo Horizonte: Editora UFMG, Rio de Janeiro: **IUPERJ**.

SANTOS, Manoel Leonardo et al. Financiamento de campanha e apoio parlamentar à Agenda Legislativa da Indústria na Câmara dos Deputados. **Opin. Publica**, Campinas, v. 21, n. 1, p. 33-59, Apr. 2015.

SANTOS, W. G. dos. (2006), Horizonte do desejo: instabilidade, fracasso coletivo e inércia social. Rio de Janeiro, **Ed. FGV**.

_____. (1998), "Poliarquia em 3D", **Revista Dados**, v. 41, n. 2. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S001125819980002000 01&script=sci_arttext>. Acesso em: 30 de novembro de 2014.

SAÚL, L. (2012) 'Revelan top de partidos mas multados por el IFE', **Red Política**, 13 mar. Disponível em: <www.redpolitica.mx/ruta-electoral/revelan-top-de-partidosmas-multados-por- ife>.

SEMANA (2006) 'Pasando el sombrero' [Passing the Hat], **Semana**, 10 mar. Disponível em: <www.semana.com/wf_ImprimirArticulo.aspx?IdArt=93081>.

Servicio Electoral Chileno (Servel) (2010) Informe de ingresos de campaña electoral 2009. **Base de datos**. Chile: Servel. Siu, M.,d Quiros, J. (2012) 'TSE investiga gastos de campaña del PAC', Diario Extra,

SILBERMAN, J.; DURDEN, G. C. (1976), "Determining legislative preferences on the minimum wage: An economic approach", **Journal of Political Economy**, v. 84: 317-329.

SMILOV, Daniel (2008) Dilemmas for a Democratic Society: Comparative Regulation of Money and Politics, **Disc Working Paper 4/2008**. Budapest: Central European University, Center for the Study of Imperfections in Democracy.

SOARES, G. (2005), "O calcanhar metodológico da ciência política no Brasil", Sociologia, Problemas e Práticas, v. II, n. 48: 27-52.

_____. (2005), "O calcanhar metodológico da ciência política no Brasil" *in*: Carlos Benedito Martins (org.) **Para onde vai a pós-graduação em ciências sociais no Brasil**. São Paulo, CAPES / EDUSC/ ANPOCS.

SOUZA, C. P. R.. A evolução da regulação do financiamento de campanha no Brasil (1945-2006). **Resenha Eleitoral** - Tribunal Regional Eleitoral de Santa Catarina, v. 3, p. 3, 2013.

SPECK, B. W. (2000), "Mensurando a Corrupção: Uma Revisão de Dados Provenientes de Pesquisas Empíricas". in: Wilhelm Hofmeister. (Org.). **Os Custos da Corrupção**. 1 ed. São Paulo: Fundação Konrad Adenauer, v. 1: 7-46.

_____. (2003), “A compra de votos. Uma aproximação empírica”. **Opinião Pública**, v. 9, n. 1: 148-169.

SPECK, B. W.; MANCUSO, W. P. (2012), “Financiamento, Capital Político e Gênero: um estudo de determinantes do desempenho eleitoral nas eleições legislativas brasileiras de 2010” in: **36º Encontro Anual da ANPOCS**, Águas de Lindóia. Disponível em: <http://www.anpocs.org/portal/index.php?option=com_docman&task=cat_view&gid=1072&Itemid=412>. Acessado em: 30 de novembro de 2014.

STRATMANN, T. (2006), “Contribution limits and the effectiveness of campaign Spending”, **Public Choice**, v.129, n. 3/4: 461-474.

TONIA, Raíssa; OLIVEIRA, Elton S. De. Os modelos de financiamento de campanha eleitorale o contexto político-cultural brasileiro. **Direito & Justiça**. v. 40, n. 1, p. 106-119, jan./jun. 2014.

TRANSPARENCIA COLOMBIA (2012) Candidatos a elecciones territoriales reportaron más de 348 millones de pesos de gastos en campaña, revela informe de transparencia. **Colombia: Transparencia por Colombia**. Disponível em: <www.transparenciacolombia.org.co>.

TRANSPARENCY INTERNATIONAL, CARTER CENTER (2007) The Crinis Project: **Money in Politics: Everyone’s Concern**.

TUESTA SOLDEVILLA, F. (2011) ‘El financiamiento de los partidos políticos en Peru’, in **Financiamiento de los Partidos Políticos en América Latina**. México: IFE, International Idea, OAS.

UNITED NATIONS DEVELOPMENT PROGRAMME (UNDP), Organization of American States (OAS) (2010) **Nuestra Democracia**. Cidade do México: UNDP, OAS.

UNITED NATIONS OFFICE OF THE HIGH COMMISSIONER FOR HUMAN RIGHTS (UNHCHR) (1996) **The Right to Participate in Public Affairs, Voting Rights and the Right of Equal Access to Public Service, General Comment no. 25**. Disponível em: <www.unhchr.ch/tbs/doc.nsf/0/d0b7f023e8d-6d9898025651e004bc0eb>. Acesso em: 13 mar. 2018.

UNITED NATIONS OFFICE ON DRUGS AND CRIME (UNODC) (2005) **United Nations Convention against Corruption**. Disponível em: <www.unodc.org/unodc/en/ treaties/CAC/>. Acesso em 12: mar. 2018.

URCULLO COSSIO, L. G., MOYA DIAZ, E. J., ENGEL GOETZ, E. (2009) Control delfinancimento y gasto electoral en Chile. Chile: **Chile Transpar**ente, Inter-American Development Bank.

VAN EVERA, S. (1997), **Guide to Methods for Students of Political Science. Ithaca**, NY: Cornell University Press.

VANNEMAN, R. (1977), "The Occupational Composition of American Classes: Results from Cluster Analysis", **The American Journal of Sociology**, v. 82, n. 4: 1007-1030.

Vizcaino, I. (2010) 'Dineros privados ganan peso en la última fase de la campaña', **Nación**, 25 jan. Disponível em: <wvw.nacion.com/ln_ee/2010/enero/25/ pais2236148.html>.

WAYMAN, F. W. (1985), "Arms control and strategic arms voting in the U.S. senate", **Journal of Conflict Resolution**, v.29: 225-251.

WELCH, W. The (1980), "Allocation of Political Monies: Economic Interest Groups", **Public Choice**, v. 35: 97-120.

World Bank (2013) Economic Mobility and the Rise of the Latin American Middle Class. **Washington, D.C**.: World Bank.

ZERMIANI, B., Goetten, C. (2010) 'Distribuição do tempo no horário eleitoral divide opiniões', **Jornal Comunicação**, 27 set. Disponível em: <www.jornalcomunicacao.ufpr.br/materia-8853.html>.

ZOVATTO, Daniel. Financiamento dos partidos e campanhas eleitorais na América Latina: uma análise comparada. **Opin. Publica**, Campinas, v. 11, n. 2, p. 287-336, Oct. 2005.