

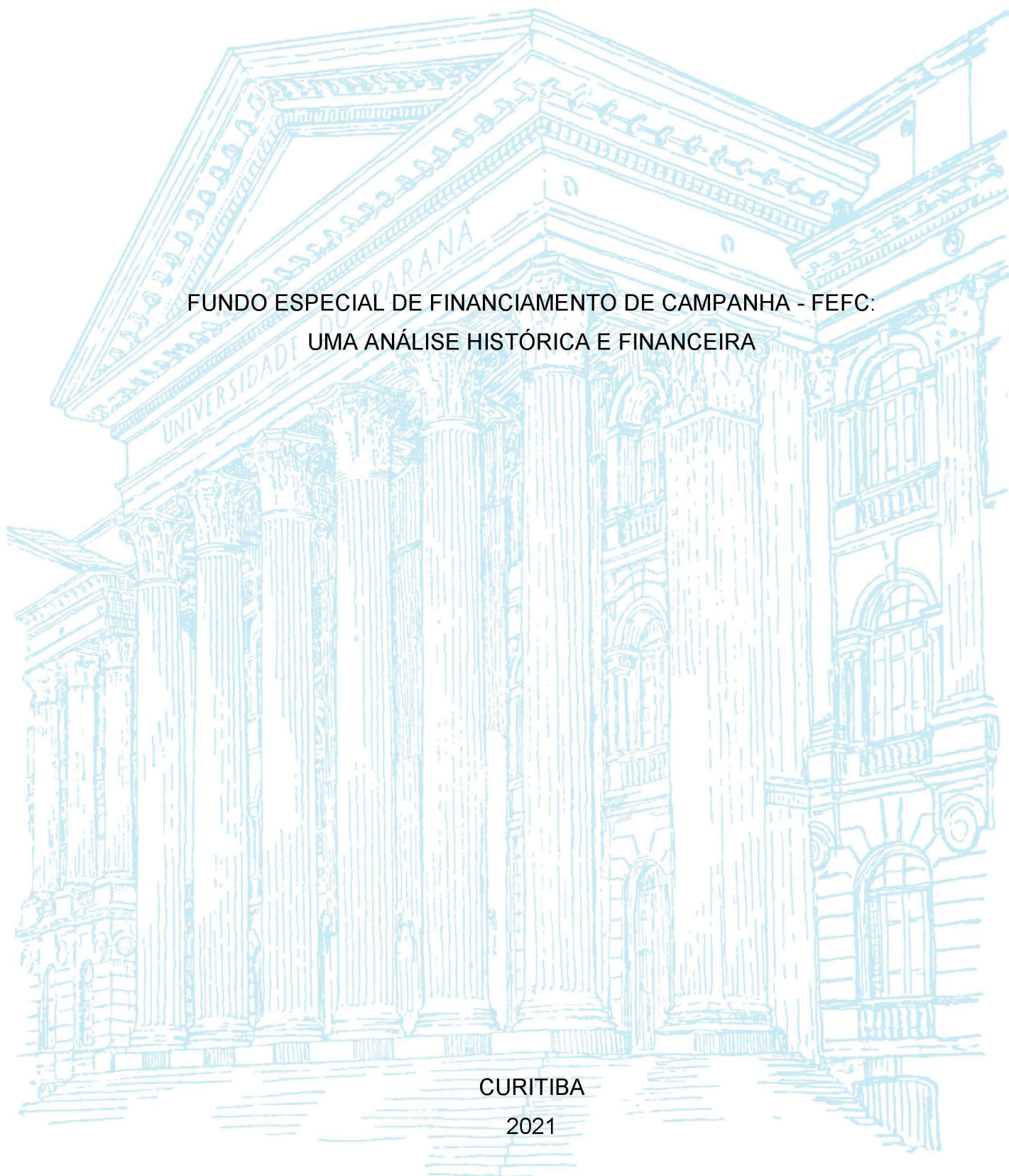
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

LUCAS KRIGAS SIMIONI

FUNDO ESPECIAL DE FINANCIAMENTO DE CAMPANHA - FEFC:  
UMA ANÁLISE HISTÓRICA E FINANCEIRA

CURITIBA

2021



LUCAS KRIGAS SIMIONI

FUNDO ESPECIAL DE FINANCIAMENTO DE CAMPANHA - FEFC:  
UMA ANÁLISE HISTÓRICA E FINANCEIRA

Monografia apresentada ao curso de Graduação em Ciências Econômicas, Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Paraná, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Ciências Econômicas.

Orientadora: Profa. Dra. Dayane Rocha de Pauli

CURITIBA

2021

## TERMO DE APROVAÇÃO

LUCAS KRIGAS SIMIONI

### FUNDO ESPECIAL DE FINANCIAMENTO DE CAMPANHA - FEFC: UMA ANÁLISE HISTÓRICA E FINANCEIRA

Monografia apresentada ao curso de Graduação em Ciências Econômicas, Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Paraná, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Ciências Econômicas.

---

Profa. Dra. Dayane de Rocha de Pauli

Orientadora – Departamento de Economia - DEPECON, UFPR

---

Prof. Dr. Wellington da Silva Pereira

Departamento de Economia - DEPECON, UFPR

---

Prof. Dr. Luis Claudio Krajevski

Departamento de Economia - DEPECON, UFPR

Curitiba, 13 de dezembro de 2021.

Dedico esta monografia a minha mãe, principalmente pelo exemplo de coragem e simplicidade, a qual sempre orientou seus quatro filhos para o estudo e para a busca de suas realizações e sonhos pessoais.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço primeiramente a **Deus** por ter provido em meu caminho a força e inteligência necessária para conseguir a tão sonhada vaga numa instituição de ensino federal, bem como concluir essa trajetória.

Agradeço aos meus familiares e meu marido, inclusive como curiosidade, meu marido foi avistado pela primeira vez nos corredores do setor de Ciências Sociais Aplicadas da UFPR. Todos eles sempre me deram o carinho e incentivo necessário para concluir essa jornada.

Agradeço aos meus amigos e amigas e também minhas novas amizades estabelecidas na UFPR, pois sempre estiveram dispostos a contribuir com minha formação acadêmica.

Não menos importante, agradeço aos professores dessa instituição de ensino, principalmente a minha orientadora, por sempre estarem disponíveis à difusão do ensino e viabilizarem a formação de meu conhecimento.

Por fim, agradeço à instituição de ensino Universidade Federal do Paraná, desde o pessoal do administrativo até os coordenadores de curso, que de alguma forma me ajudaram a trilhar meus objetivos acadêmicos.

Quando estamos em qualquer ambiente precisamos de segurança psicológica para que possamos desenvolver nossas capacidades e, consequentemente, oferecer produtividade. (CRISTINA KERR, 2021)

## RESUMO

O uso do recurso público para financiar campanhas eleitorais é um tema polêmico. Esta monografia objetiva elucidar o leitor sobre a conjuntura do financiamento eleitoral brasileiro, principalmente o Fundo Especial de Financiamento de Campanha (FEFC). Para tanto, além da análise histórica e documental do tema, serão apresentadas estatísticas para uma análise financeira do modelo atual. Além de fundamentar o tema teoricamente, serão apresentados os diferentes modelos de financiamento, como foram adotados historicamente no Brasil até a constituição do regramento do modelo atual e como ocorrem em outras democracias. A análise dos dados permitiu concluir que o financiamento público de campanhas não é tão oneroso quando comparado a outras democracias e quando representado no orçamento público. Porém, com informações de curto-prazo, observou-se resultados tímidos em termos de distribuição de recursos entre partidos e aumento de candidaturas femininas, por exemplo. Por fim, o trabalho indica algumas propostas alternativas e sugestões de abordagens para trabalhos futuros sobre o tema.

Palavras-chave: Democracia. Campanhas políticas. Campanhas eleitorais. Financiamento de campanha. Fundo Especial de Financiamento de Campanha. Fundo Eleitoral. Fundo partidário.

## RESUMEN

La utilización de recursos públicos para financiación de campañas electorales es un tema muy polémico. Esta monografía objetiva aclarar el lector sobre la coyuntura del financiamiento electoral brasileño, principalmente el Fundo Especial de Financiamiento de Campañas (FEFC). Para eso, más allá del análisis histórico y documental sobre el tema, son detalladas estadísticas para un análisis financiero del modelo actual. Además, será fundamentado el tema teóricamente y serán demostrados los diferentes modelos de financiamiento, o sea, como fueron adoptados históricamente en el Brasil hasta la constitución del reglamento del modelo actual y como ocurren en otras democracias. El análisis de los datos puede concluir que el financiamiento público de las campañas no es tan oneroso cuando comparado a las otras democracias y cuando representado en el presupuesto público. Sin embargo, con informaciones de corto plazo, se observa resultados tímidos en termos de la distribución de recursos entre los partidos y aumento de candidaturas femeninas, por ejemplo. Al final, el trabajo indica algunas propuestas alternativas y sugerencias de abordajes para trabajos futuros sobre el tema.

Palabras-llaves: Democracia. Campañas políticas. Campañas electorales. Financiamiento de campaña. Fundo Especial de Financiamiento de Campaña. Fundo Electoral. Fundo partidario.

## LISTA DE FIGURAS

|                                                                                                      |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Figura 1 - Fluxograma de distribuição do fundo partidário .....                                      | 44 |
| Figura 2 - Fluxograma de distribuição do fundo especial de financiamento de<br>campanha – FEFC ..... | 45 |

## LISTA DE GRÁFICOS

|                                                                                                              |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gráfico 1 - Recursos públicos e privados recebidos pelos partidos políticos<br>2018/2020 (R\$ de 2020) ..... | 56 |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|

## LISTA DE QUADROS

|                                                                                                |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Quadro 1 - Tipo de financiamento de campanhas eleitorais em países selecionados<br>(2021)..... | 31 |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|----|

## LISTA DE TABELAS

|                                                                                                                                |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabela 1 - Montantes e percentuais de recursos públicos e privados nas eleições de 2018 e 2020 .....                           | 28 |
| Tabela 2 - Limites de gastos de campanhas por cargo em 2018.....                                                               | 46 |
| Tabela 3 - Estatística descritiva dos limites de gastos de campanhas por cargo em 2020.....                                    | 47 |
| Tabela 4 - Limites de gastos de campanhas por cargo em 2020 nas capitais. ....                                                 | 47 |
| Tabela 5 - Composição das receitas para financiamento das campanhas eleitorais 2018/2020 .....                                 | 50 |
| Tabela 6 - Composição de recursos da rubrica "Outros Recursos" 2018/2020.....                                                  | 51 |
| Tabela 7 - Composição das despesas para financiamento das campanhas eleitorais 2018/2020 .....                                 | 52 |
| Tabela 8 – Objetos de compra mais adquiridos nas campanhas eleitorais 2018/2020 .....                                          | 52 |
| Tabela 9 – Alterações nos objetos de compra se comparadas as campanhas eleitorais 2018/2020.....                               | 53 |
| Tabela 10 - Distribuição dos recursos para financiamento de suas campanhas eleitorais por partido 2018/2020 (R\$ de 2020)..... | 54 |
| Tabela 11 - Montante de gastos por eleitor brasileiro 2018/2020 (R\$ de 2020).....                                             | 58 |
| Tabela 12 - Montante de gastos por eleitor alemão 2018/2020 .....                                                              | 59 |
| Tabela 13 - Percentual de candidaturas femininas na política a partir de 2010 (1º turno).....                                  | 60 |
| Tabela 14 - Percentual de candidaturas por cor/raça (1º turno).....                                                            | 61 |
| Tabela 15 - Representatividade dos candidatos novos e à reeleição (1º turno).....                                              | 62 |
| Tabela 16 - Representatividade dos fundos em relação ao orçamento da despesa federal (R\$) .....                               | 64 |
| Tabela 17 - Representatividade dos fundos em relação aos programas orçamentários (2018/2020) .....                             | 64 |

## **LISTA DE ABREVIATURAS OU SIGLAS**

FEFC - Fundo Especial de Financiamento de Campanha

PT - Partido dos Trabalhadores

MDB - Movimento Democrático Brasileiro

PSDB - Partido da Social Democracia Brasileira

PL - Partido Liberal

PP - PROGRESSISTAS

PSD - Partido Social Democrático

REPUBLICANOS - REPUBLICANOS

PSB - Partido Socialista Brasileiro

DEM - Democratas

PSL - Partido Social Liberal

PDT - Partido Democrático Trabalhista

PODE - Podemos

PTB - Partido Trabalhista Brasileiro

SOLIDARIEDADE - Solidariedade

PROS - Partido Republicano da Ordem Social

PSC - Partido Social Cristão

PC do B - Partido Comunista do Brasil

CIDADANIA - Cidadania

PSOL - Partido Socialismo e Liberdade

PATRIOTA - Patriota

PV - Partido Verde

AVANTE - AVANTE

REDE - Rede Sustentabilidade

PTC - Partido Trabalhista Cristão

PMN - Partido da Mobilização Nacional

DC - Democracia Cristã

PRTB - Partido Renovador Trabalhista Brasileiro

PMB - Partido da Mulher Brasileira

PSTU - Partido Socialista dos Trabalhadores Unificado

PCB - Partido Comunista Brasileiro

PCO - Partido da Causa Operária

UP - Unidade Popular

NOVO - Partido Novo

## SUMÁRIO

|                                                                                             |           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1 INTRODUÇÃO .....</b>                                                                   | <b>16</b> |
| 1.1 JUSTIFICATIVA .....                                                                     | 16        |
| 1.2 OBJETIVOS .....                                                                         | 17        |
| 1.2.1 Objetivo geral .....                                                                  | 17        |
| 1.2.2 Objetivos específicos.....                                                            | 17        |
| 1.3 METODOLOGIA.....                                                                        | 18        |
| <b>2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....</b>                                                         | <b>19</b> |
| <b>3 MODELOS DE FINANCIAMENTO DE CAMPANHAS ELEITORAIS.....</b>                              | <b>24</b> |
| 3.1 MODELO COM FINANCIAMENTO EXCLUSIVAMENTE PÚBLICO.....                                    | 25        |
| 3.2 MODELO COM FINANCIAMENTO EXCLUSIVAMENTE PRIVADO .....                                   | 26        |
| 3.3 MODELO COM FINANCIAMENTO HÍBRIDO .....                                                  | 27        |
| 3.4 MECANISMO ALTERNATIVO .....                                                             | 29        |
| 3.5 MODELOS ADOTADOS EM OUTRAS DEMOCRACIAS.....                                             | 30        |
| <b>4 MODELO ADOTADO NO BRASIL.....</b>                                                      | <b>33</b> |
| 4.1 HISTÓRICO ATÉ 1965.....                                                                 | 33        |
| 4.2 HISTÓRICO A PARTIR DE 1965 .....                                                        | 38        |
| 4.3 REGRAMENTO ATUAL .....                                                                  | 42        |
| <b>5 ANÁLISE DE DADOS DO MODELO BRASILEIRO NAS CAMPANHAS ELEITORAIS DE 2018 E 2020.....</b> | <b>49</b> |
| 5.1 FINANÇAS DAS CAMPANHAS ELEITORAIS DE 2018 E 2020 .....                                  | 49        |
| 5.1.1 Composição das receitas eleitorais e suas origens.....                                | 50        |
| 5.1.2 Composição das despesas eleitorais e seus principais destinos .....                   | 51        |
| 5.2 COMPOSIÇÃO E DISTRIBUIÇÃO DOS RECURSOS ENTRE OS PARTIDOS ..                             | 54        |
| 5.3 GASTO PÚBLICO POR ELEITOR.....                                                          | 57        |
| 5.4 CANDIDATURAS POR GÊNERO, COR/RAÇA E OUTRAS.....                                         | 59        |
| 5.5 REPRESENTATIVIDADE DO FEFC NO ORÇAMENTO PÚBLICO FEDERAL ..                              | 63        |
| <b>6 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>                                                         | <b>66</b> |
| <b>REFERÊNCIAS.....</b>                                                                     | <b>68</b> |

## 1 INTRODUÇÃO

A presente pesquisa se debruça sobre o financiamento de campanhas eleitorais, apresentando a evolução da legislação eleitoral brasileira e analisando os possíveis resultados dessas modificações. Este assunto é bastante discutido desde a promulgação da Lei 13.487/2017, que ampara a criação do Fundo Especial de Financiamento de Campanha - FEFC. A referida lei mudou o aparato financeiro para financiamento das campanhas eleitorais, alterando o formato de contribuição, que passou de um modelo misto, ou seja, com financiamento via recursos públicos e privados de pessoas físicas e jurídicas, para um novo sistema, cujo financiamento se realiza por recursos públicos e privados de pessoas físicas. Como é um tema polêmico, esse trabalho pretende contribuir com a discussão, apresentando elementos sob uma ótica histórica e financeira, buscando verificar as peculiaridades dispostas no arcabouço jurídico, identificando os prós e contras e elencando, por fim, alguns dos possíveis resultados dessas mudanças que já podem ser observados na realidade política brasileira.

### 1.1 JUSTIFICATIVA

Considerando a escassez dos recursos públicos e as variadas possibilidades de alocação, conhecer a eficiência de seu uso em determinado contexto é uma condição importante para justificar os gastos em determinada política pública ou traçar novas estratégias para atingir os objetivos pretendidos. Nesse sentido, estudar o Fundo Especial de Financiamento de Campanha – FEFC se faz importante já que o tema divide opiniões principalmente em relação à origem de seus recursos. Não menos importante, o aprofundamento desse estudo também permite uma reflexão sobre o acesso de todos à democracia, situação que permite uma melhor dinamização da corrida eleitoral e uma melhor representação do povo nos espaços de poder do país. Conhecer os objetivos da lei, seu funcionamento, mensurar sua representatividade no orçamento público e verificar seus resultados enquanto política pública para alcance dos objetivos democráticos de uma nação são passos importantes para contribuir para uma discussão mais fundamentada sobre a questão, proposta elementar desse trabalho.

## 1.2 OBJETIVOS

### 1.2.1 Objetivo geral

O objetivo principal do trabalho é estudar o Fundo Especial de Financiamento de Campanha – FEFC, com o intuito apresentar seu funcionamento, mensurar seus impactos no orçamento público e verificar seus resultados. Tal pesquisa será importante para embasar uma discussão mais fundamentada, considerando a divisão de opiniões e a constante busca pela eficiência nos gastos com recursos de origem pública.

### 1.2.2 Objetivos específicos

- a) Sumarizar o histórico de financiamento de campanhas no Brasil.
- b) Trazer ao debate outro mecanismo alternativo de financiamento de campanhas eleitorais.
- c) Comparar o financiamento de campanhas do Brasil com outras democracias.
- d) Apresentar as finanças das campanhas eleitorais de 2018 e 2020: composição das receitas eleitorais e suas origens; detalhamento das receitas eleitorais advindas de recursos públicos; e, detalhamento das receitas eleitorais advindas de recursos privados; composição das despesas eleitorais e seus principais destinos.
- e) Revisitar a metodologia de distribuição do financiamento de campanhas, observando a formatação atual e apresentando a distribuição entre os partidos políticos.
- f) Apresentar o gasto público por eleitor e comparar com outras democracias.
- g) Observar os anos de 2018 e 2020 com eleições anteriores, com objetivo de comparar as candidaturas por gênero, cor/raça e reeleições, visando verificar se o objetivo de democratização foi alcançado.
- h) Comparar o Fundo Especial de Financiamento de Campanha – FEFC com outros dispêndios distributivos de renda do Governo Federal, a fim de observar a representatividade desse no orçamento público federal.

### 1.3 METODOLOGIA

Será utilizada a metodologia de pesquisa bibliográfica para levantamento de informações históricas e sobre a teoria de financiamento de campanhas eleitorais. Já no que concerne às análises financeiras, serão utilizadas estatísticas descritivas e bases de dados do Tribunal Superior Eleitoral e do Portal da Transparência.

Para isso, em um primeiro momento será apresentada a fundamentação teórica, concatenando o tema estudado à economia. Posteriormente, apresentar-se-á os modelos de financiamento de campanhas disponíveis, mecanismos alternativos para financiamento das campanhas, bem como informações de como esse assunto está caracterizado em outras democracias. Além disso, será descrito como o tema foi se configurando historicamente no Brasil até a conjuntura atual. Em seguida, serão apresentados os dados financeiros sobre o tema para os anos de 2018 e 2020, eleições realizadas para os níveis federal/estadual e municipais, respectivamente. Finalmente, serão apresentadas análises qualitativas sobre os resultados das políticas e leis implementadas e as considerações finais sobre o estudo.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Este tópico tem como proposta apresentar algumas relações conceituais encontradas na teoria econômica com a política pública de financiamento analisada.

Primeiramente, deve-se notar que o objetivo da democratização se concentra no conceito de que toda a população possa acessar os bens e direitos que lhes são resguardados, inclusive, em relação aos pleitos eleitorais, independentemente da situação financeira desses indivíduos. Mais à frente, no capítulo 4, poder-se-á observar que o acesso a uma disputa eleitoral democrática no Brasil foi paulatinamente se configurando até a obtenção de pleitos com altos custos para sua realização, porém, visando o acesso de todos, situação que permite uma melhor representação popular nos espaços de poder do país.

O relacionamento do tema com a Economia e o capitalismo tangencia desde o direito ao voto até o direito à participação de qualquer indivíduo em processos eleitorais, haja vista que para a manutenção de um sistema democrático há diversos custos, tanto públicos quanto privados. Os custos públicos se realizam, além do então financiamento de campanhas, com a seleção de mesários, com a aquisição, manutenção e logística das urnas, com a propagação das campanhas eleitorais em canais de comunicação de rádio e TV, etc. Já em relação aos custos privados, diversos candidatos gastam de forma vigorosa seus patrimônios, a fim de convencer o eleitorado sobre sua capacidade política, ética, moral e assim conseguir uma cadeira em alguma esfera de poder.

Além dos gastos corriqueiros para manutenção da democracia, o relacionamento da Economia capitalista com a Política esteve sempre interconectado:

É importante frisar que a relação entre Estado, política e economia não se deve apenas aos interesses específicos de uma classe, ou de uma fração dela no interior da sociedade. Se, por um lado, a política tem de contemplar diversos interesses econômicos, por outro lado, a economia também depende da esfera política. No modo de produção capitalista, esta dependência se estabelece no momento em que as relações econômicas se realizam. Com efeito, a relação salarial, a gestão da moeda e a regulamentação do mercado pelo Estado constituem condições necessárias ao desenvolvimento das relações economico-capitalistas. Desse modo, os aspectos políticos constitutivos do Estado determinam não só a base do capitalismo, mas também seu desenvolvimento. Portanto, as autoridades públicas possuem um papel essencial para a implementação e a gestão das atividades produtivas. Os resultados econômicos estão vinculados ao modo de regulação política de uma sociedade, uma vez que eles estão constantemente sob a influência direta de decisões tomadas pela esfera política e, por conseguinte, determinados por inúmeros fatores. (MENDONÇA, 2000, p. 8).

Além da interconectividade do campo político e econômico capitalista citado, Mendonça (2000) ainda faz um paralelo entre a disputa política e hegemonia da classe dominante, processo que necessita de uma ruptura para que se legitime também a voz das classes menos presentes no contexto da democracia:

Desse modo, no Estado capitalista, a política aparece como o mecanismo de realização dos interesses dos principais grupos e camadas sociais da sociedade. A economia adquire uma dimensão relativamente importante entre esses interesses, mas sem que outras dimensões ligadas aos aspectos sociológicos ou culturais desapareçam. O Estado capitalista se acha, portanto, não somente fracionado em classe capitalista e classe de trabalhadores, mas igualmente dividido no interior dessas frações e submetido a restrições ligadas aos aspectos mencionados acima. Ou seja, a disputa política é constitutiva do Estado. Assim sendo, este se fundamenta sobre a hegemonia da fração dominante da burguesia, sobre a possibilidade mesmo de mudança deste grupo hegemônico e sobre as reivindicações sociais. (MENDONÇA, 2000, p. 7).

Portanto, observada a conjuntura atual, em que o direito de se candidatar é legítimo a qualquer cidadão independentemente de sua situação financeira; e também uma situação em que os mais desafortunados não tenham nenhuma colaboração financeira para que possam apresentar suas ideologias, suas propostas, ou seja, sua capacidade política; conseqüentemente não haverá uma disputa qualitativamente igualitária entre esse candidato e outro mais afortunado. Este último, ou seja, que possui mais condições econômicas para concorrer à corrida eleitoral, pode contratar uma melhor campanha de *marketing* e publicitária para ser mais visto e passar uma imagem mais competente, claro, nos moldes em

que são realizadas as campanhas eleitorais atualmente no Brasil, obtendo assim mais êxito e chances de eleger-se.

Utilizando os conceitos de Economia do Setor Público, considerando que o direito de se candidatar é livre a qualquer cidadão e que é um bem conquistado após uma longa evolução histórica, pode-se conceber que o mesmo seja um bem público, haja vista a impossibilidade de o setor privado de mercado de fornecer sozinho tal bem. Essa questão vem ao encontro do princípio da exclusão:

O princípio da exclusão é o principal mecanismo do mercado. Isto significa que qualquer indivíduo estará excluído do usufruto de determinados bens caso não pague para possuí-los. As trocas não existiriam caso não houvesse o direito de propriedade e este direito envolve a exclusão de outros da posse do mesmo bem. (FERNANDEZ, 2014, p. 12).

Além do mais, após a definição de que o direito de se candidatar seja também um bem público, tem-se que observar se ele é um bem não-rival e não-exclusivo, haja vista que tais conceitos são a chave para reafirmá-lo como público. Tais definições estão detalhadas melhor a seguir:

Rivalidade: o uso do bem por uma pessoa impede a outra de utilizá-lo.  
Exclusividade: os indivíduos podem ser excluídos do usufruto do bem, caso não paguem por ele, ou caso não detenham sua propriedade. (FERNANDEZ, 2014, p. 12).

Tão logo, o uso desse bem por uma pessoa não pode impedir o uso desse mesmo à outra e, todo o cidadão tem o direito de usar tal bem. Nessa lógica, o bem “direito de se candidatar independentemente de renda” se configura como bem meritório, ou seja:

Bens meritórios são bens que, embora possam ser explorados economicamente pelo setor privado, devem ou podem ser produzidos pelo governo para evitar que a população de baixa renda seja excluída de seu consumo, por não poder pagar o preço correspondente. Por exemplo, podemos citar os serviços de saúde e de educação. Esses bens estão associados a valores históricos, culturais e políticos partilhados por determinado grupo social, possuindo, assim, importância social. São bens de grande utilidade para os cidadãos, daí seu nome de meritórios. Não seria justo que alguns fossem excluídos de seus benefícios por não poderem pagar. Em alguns países, como o Brasil, o direito de usufruto está garantido na Constituição. (ENAP, 2017. p. 9).

Além dessa configuração, reforça-se que o acesso ao financiamento público de campanhas no Brasil também deve ser não-rival e não-excludente, com intuito de possibilitar o acesso de todos os interessados aos recursos disponíveis, a não ser que a gestão do partido em relação aos recursos recebidos fira esses princípios.

Considerando agora os conceitos Macroeconômicos, outra questão muito importante e que sempre é colocada em voga no contexto da política fiscal é a efetividade da gestão orçamentária, financeira e patrimonial nos órgãos e entidades da administração direta e indireta, bem como das entidades de direito privado que se utilizam de recursos públicos, como é o caso dos partidos políticos. Nesse quesito, ainda mais considerando o ajuste fiscal das contas públicas, corte de gastos e as constantes oscilações do sistema capitalista, requer que os gastos públicos sejam bem empregados para o bem geral de toda a população.

Destaca-se que o superávit ou déficit público é determinado pelo total de arrecadação e outras receitas em comparação aos gastos públicos, sendo esse último a soma dos gastos diretos do governo e transferências de recursos. O financiamento das campanhas eleitorais se enquadra na definição de transferências de recursos:

Como o próprio nome diz, são recursos federais aplicados mediante repasse financeiro da União – inclusive decorrente de descentralização orçamentária – para estados, municípios ou até diretamente para entidades privadas sem fins lucrativos e outras instituições. Em alguns casos podem até ser repassados a cidadãos, como no Bolsa Família, por exemplo. (BRASIL, PORTAL DA TRANSPARÊNCIA, não p.)

No caso de déficit público, ou seja, quando as receitas governamentais não são suficientes para cobrir os gastos, há três principais vias para a equalização dessa discrepância, ou seja, o aumento das receitas via impostos, criação de dinheiro e/ou endividamento estatal, cada qual com suas consequências à luz da teoria clássica, conforme detalhado a seguir:

A Curva de Lafer diz que um aumento na taxa de impostos eleva a receita tributária até determinado ponto (máximo). A partir daí, maiores taxas reduzem a receita tributária. Pelo menos dois motivos podem explicar esse comportamento. Em primeiro lugar, um aumento nos impostos representa redução no retorno sobre cada hora adicional de trabalho. Isso pode, a partir de determinado ponto, levar as pessoas a trabalhar menos, buscando mais lazer. Em outras palavras, o imposto tem um efeito distorcido sobre a opção entre renda e lazer. Em segundo lugar, taxas de impostos muito altas podem criar incentivos à sonegação, ou levar as pessoas a procurar atividades cuja tributação é menor. (LOPES E VASCONCELLOS, 2008, p. 364)

Considerando que o produto seja constante no curto prazo, quer pela economia se encontrar no pleno emprego, quer pela demora na resposta da produção, teremos que a variação na quantidade de moeda repercutirá basicamente sobre o nível de preços. Definindo inflação como um aumento generalizado e contínuo no nível de preços, conclui-se, por esta expressão, que ela decorre de um aumento contínuo na oferta de moeda. (LOPES E VASCONCELLOS, 2008, p. 86)

Por fim, sobre o endividamento do setor público, tem-se que:

O Endividamento do Setor Público representa nova categoria de gastos públicos: a rolagem e o pagamento dos serviços dessa dívida. Os juros sobre a dívida entram na categoria de gastos com transferências. Quanto maior for o estoque da dívida, maior será o gasto com juros e, consequentemente, maior será a diferença entre carga tributária bruta e líquida. (LOPES E VASCONCELLOS, 2008, p. 86)

Continuando, a emissão de títulos públicos também afeta a taxa de juros. Nesse caso, os juros tendem a se elevar, diminuindo assim a capacidade de financiamento da iniciativa privada. Esse fenômeno dá-se o nome de deslocamento da atividade econômica para o setor público.

Obviamente foram considerados aqui os conceitos macroeconômicos da teoria clássica de curto prazo para embasar a necessidade de observação das receitas e despesas governamentais, mas há diversos outros entendimentos sobre dados assuntos que se sobressaem de outras teorias econômicas, como a keynesiana, por exemplo, que devidamente analisados promovem outros encadeamentos econômicos.

Tendo em vista esse prelúdio teórico e vinculação do tema à Economia, será detalhado no tópico a seguir um panorama dos modelos de financiamento de campanhas eleitorais, bem como os prós e contras de cada modelo, para assim embasar de forma crítica uma análise do modelo adotado pelo Brasil. Desta maneira será possível comparar o modelo brasileiro com outras democracias.

### 3 MODELOS DE FINANCIAMENTO DE CAMPANHAS ELEITORAIS

O regime democrático representativo brasileiro, assim como em outros países, tem como propósito a escolha dos governantes via processo eleitoral, sejam eles em nível municipal, estadual ou federal. Esse processo é caracterizado por cidadãos que se afiliam aos partidos políticos consoante aos ideais empregados por esses e se apresentam ao restante da população como candidatos aos cargos eletivos disponíveis, após processo de seleção nos partidos. O processo eleitoral finaliza com a votação, a qual, depois de contabilizada, visa à seleção dos candidatos mais bem votados ou também dos candidatos cujos ideais mais se aproximam de seu eleitorado, concretizando assim o processo que busca a representação de toda uma sociedade.

No Brasil, os cargos na esfera municipal são para Vereadores e Prefeitos; na esfera estadual têm-se os Deputados Estaduais e Governadores; e, na esfera federal os cargos disponíveis são para Deputado Federal, Senador e Presidente. Destaca-se que em um contexto de democracia com três poderes, ou seja, Poderes Executivo, Legislativo e Judiciário, todos têm suas responsabilidades específicas, sendo:

a) O Poder Executivo é representado pelos Prefeitos, Governadores e Presidente e, em linhas gerais têm como função governar para o povo, administrando os interesses públicos, executando as leis e propondo planos de ação;

b) O Poder Legislativo é representado pelos Vereadores, Deputados Estaduais, Deputados Federais e Senadores, os quais têm como principal função a de legislar, ou seja, criar e aprovar leis, bem como fiscalizar as ações do Poder Executivo a depender da esfera a qual foram eleitos; e,

c) O Poder Judiciário é representado pelos juízes, ministros e desembargadores, tendo como função interpretar e julgar, de acordo com as regras constitucionais, as leis, decretos e casos fortuitos que resultem em conflitos de interesses.

Para os casos detalhados nos itens A e B acima, são realizados processos eleitorais. Estes processos são coordenados pelo Tribunal Superior Eleitoral, que é o órgão máximo da Justiça Eleitoral Brasileira, e pelos Tribunais Regionais Eleitorais,

os quais são designados para atuar nos Estados e Municípios onde estão localizados.

Anterior à realização dessas eleições são necessárias campanhas eleitorais, as quais objetivam que os candidatos aos cargos eletivos exponham suas ideias e seus projetos, a fim de cooptar, baseado na aproximação filosófica, sociológica, econômica, entre outras, votos necessários para obtenção do cargo pretendido. Nesse ínterim fica evidente que a manutenção da democracia numa sociedade capitalista gera custos, visto que para os candidatos apresentarem suas concepções são necessárias a produção, impressão e divulgação de materiais, serviços de publicidade e propaganda, serviços de rádio e televisão, organização de eventos e reuniões, entre outras ações.

Nessa conjuntura também mora o problema das fontes desses recursos, a qual se tornou um tema contemporâneo frente à necessidade de diminuição do poder econômico e do abuso do poder político nesse processo. Tal análise será apresentada no item a seguir, no qual se realizará um breve relato das metodologias de financiamento das campanhas eleitorais, suas vantagens e desvantagens.

### 3.1 MODELO COM FINANCIAMENTO EXCLUSIVAMENTE PÚBLICO

Dentre os modelos de financiamento de campanhas eleitorais se encontra aquele exclusivamente público. Esse modelo se concentra na utilização de apenas ordenado público exclusivo da União para financiamento das campanhas eleitorais.

Algumas das vantagens desse tipo de financiamento são: a limitação da influência de interesses pessoais (ou privados) nas funções partidárias e na própria política; a promoção de um ambiente de justa competitividade entre candidatos e partidos, tendo em vista o afastamento do poder econômico para pleitear os cargos; maior transparência no uso do dinheiro para fazer política e a padronização e simplificação da propaganda eleitoral. Os apoiadores dessa vertente assumem que o uso de recursos públicos para fazer política propicia um ambiente de maior moralização, extinguindo qualquer possível ato de corrupção, abuso de poder econômico e *lobby*, permitidos com uso de recursos privados.

Já os desertores do modelo afirmam que o financiamento exclusivamente público, além de desviar grandes montas de recursos para atividades estatais mais essenciais; ainda causa mais burocracia e certa estatização dos partidos políticos,

pois esses dependerão em único caso do Estado, situação que pode limitar a atuação dos partidos e candidatos, bem como interferir na independência de ambos; além de afastar em alguma medida o engajamento político da sociedade. Ademais, não se avança muito no quesito transparência, pois segundo Zovatto:

Na América Latina, casos de financiamento público geraram numerosas crises que colocaram em situações-limite vários presidentes, com Fernando Collor de Mello no Brasil, Carlos Andrés Pérez na Venezuela, Jamil Mahuad no Equador, Arnoldo Alemán na Nicarágua e Alfonso Portillo na Guatemala. Paralelamente, em um bom número de países, o dinheiro proveniente do crime organizado e de atividades ilícitas, como o narcotráfico, teve um peso relevante no financiamento das campanhas, como foi o caso da de Ernesto Samper, na Colômbia. (ZOVATTO, 2005, não p.)

Tão logo, vê-se que o financiamento exclusivamente público não é capaz de bloquear práticas ilegais no financiamento de campanhas eleitorais.

### 3.2 MODELO COM FINANCIAMENTO EXCLUSIVAMENTE PRIVADO

O financiamento exclusivamente privado, por sua vez, é uma modalidade cujos recursos destinados às campanhas são oriundos de doações de pessoas físicas e/ou pessoas jurídicas. Neste caso, os recursos também podem advir do próprio candidato.

Os apoiadores dessa metodologia veem como principais pontos positivos a necessidade de que os partidos políticos busquem maior vínculo com suas bases eleitorais e grupos de interesse mútuo; também abordam sobre a importância de se destinar maiores recursos públicos para áreas mais essenciais e promover maior independência do partido e dos candidatos em relação ao Estado.

Em contrapartida, Zovatto cita que:

Embora o financiamento dos partidos e das campanhas eleitorais não seja uma atividade corrupta per se, a história recente da política latino-americana mostra que esse tema, como já dissemos, é vinculado frequentemente à corrupção política, entendida esta como o "mau uso e abuso de poder, de origem pública ou privada, para fins partidários ou pessoais, através da violação de normas de direito". (ZOVATTO, 2005, não p.)

A corrupção política se manifesta sob diversas modalidades que vão desde a compra de votos e do uso de fundos ilegais, até a venda de nomeações e o abuso dos recursos estatais. Um inventário das principais manifestações vinculadas à relação entre financiamento político e corrupção na América Latina permite identificar as seguintes: A recepção de contribuições que infringem as regulamentações existentes; o uso para fins partidários ou eleitorais de dinheiro derivado de atividades corruptas; o uso indevido de recursos do Estado com fins político-partidários ou proselitismo, inclusive o desvio de serviços e tempo dos funcionários públicos; suborno antecipado: a aceitação de dinheiro de pessoas ou empresas em troca de promessas ou favores ilícitos em caso de ascensão a postos públicos; suborno: pagamentos a funcionários por parte de fornecedores do Estado em retribuição por favores recebidos; a aceitação de contribuições de fontes questionáveis; participação e favorecimento de negócios ilícitos (tóxicos, armas, jogo, prostituição etc.); utilização de dinheiro com fins proibidos, como por exemplo, a "compra de votos". (ZOVATTO, 2005, não p.).

Ademais, há também quem sustente que esse modo de fazer política privilegia candidatos e partidos maiores, com melhores condições financeiras para a realização da corrida eleitoral; também privilegia a opinião e interesses dos doadores em detrimento da sociedade como um todo, visto o uso do poder econômico no certame eleitoral, situação em desacordo com os princípios democráticos e da livre concorrência, além de aumentar os gastos com as campanhas políticas, considerando a ausência de uma padronização. Por fim, também prioriza os detentores com maiores patrimônios, afastando a representatividade das camadas menos abastadas da sociedade.

Apresentadas as vantagens e desvantagens de ambos os modelos de financiamento, vê-se nos países a adoção de modelos híbridos, os quais são financiados por recursos públicos e privados, vide item que segue.

### 3.3 MODELO COM FINANCIAMENTO HÍBRIDO

O modelo com financiamento híbrido ou misto é uma categoria que financia as campanhas partidárias com recursos públicos e privados, sendo o segundo advindo de iniciativas de pessoas físicas e/ou pessoas jurídicas. (Agra, 2017, não p.).

Por representar uma variação dos modelos apresentados anteriormente, ou seja, dos modelos com recursos exclusivamente públicos ou exclusivamente privados, é uma modalidade mais aceita pela sociedade, haja vista que não onera somente os cofres públicos, tampouco abre muitas brechas para o cometimento de ilicitudes, pois geralmente, as leis aplicáveis tentam impedir, no caso de

financiamento privado, as questões de poder econômico e/ou trocas de favores relacionados à corrida eleitoral.

No Brasil, é mister destacar que durante o período democrático várias formatações de financiamento eleitoral já foram utilizadas, as quais serão destacadas nos tópicos que seguem, sendo que na atualidade, utiliza-se a modalidade mista, mas com possibilidade de doações apenas de pessoas físicas.

Outra questão muito discutida por ocasião do financiamento híbrido é o percentual de recursos advindos dos cofres públicos em comparação ao percentual de recursos privados. Ademais, tais diferenças se verificam na comparação entre países, como observado a seguir:

Un análisis de las tendencias vigentes hoy en el Derecho Comparado evidencia que mientras los países de Europa continental vienen poniendo progresivamente mayor énfasis en el financiamiento privado, en América Latina, pareciera transitarse en sentido contrario. (ZOVATTO, TRE-PR, não p.).

Na Dinamarca, por exemplo, os fundos públicos constituem apenas 20% do total de recursos dos partidos para campanhas eleitorais, enquanto na Finlândia esse valor chega a quase 85%. Alemanha, França e Israel contam com um grande volume de subsídio público, já o Reino Unido disponibiliza valores simbólicos. (VAN BIEZEN, 2010, p. 79).

Tais diferenças se inclinam muito ao estágio democrático ao qual o país está submetido, ao grau de desenvolvimento econômico desses, ao nível de boa-fé ao qual as pessoas estão propensas e o quanto a corrida eleitoral é equânime. Em 2018 e 2020 no Brasil, o percentual de recursos públicos e privados sem correção monetária, conforme dados disponibilizados pelo Tribunal Superior Eleitoral, estão assim nivelados:

Tabela 1 - Montantes e percentuais de recursos públicos e privados nas eleições de 2018 e 2020

|                                 | 2018 (R\$)              | 2018 (%)   | 2020 (R\$)              | 2020 (%)   |
|---------------------------------|-------------------------|------------|-------------------------|------------|
| Receitas<br>(recursos públicos) | 2.132.362.798,19        | 66,99      | 2.127.904.832,28        | 55,39      |
| Receitas<br>(recursos privados) | 1.050.693.854,31        | 33,01      | 1.713.612.023,92        | 44,61      |
| <b>Total</b>                    | <b>3.183.056.652,50</b> | <b>100</b> | <b>3.841.516.856,20</b> | <b>100</b> |

Fonte: Elaboração própria a partir de BRASIL (2018; 2020). TSE – Receitas para campanhas políticas.

Observa-se no quadro anterior que a média aritmética referente à proporção de recursos públicos obtidos em dados anos foi de 60,65%, enquanto a de recursos privados foi de 39,35%. Tão logo, observando os dados nos dois pleitos, o financiamento público é maior.

As diferenças apresentadas se justificam pelo tipo de eleição, ou seja, em 2020 foram realizadas eleições municipais, onde há uma porção maior de candidatos considerando a quantidade de cidades brasileiras, porém, vê-se um percentual menor de gastos públicos, pois as despesas efetuadas pelos candidatos para as campanhas são concentradas em suas cidades, diluindo assim o gasto em si. Já em 2018 as eleições se deram para cargos de nível estadual e federal, situação que dispõe de um número menor de candidatos, porém as somas gastas são mais vultosas, haja vista a amplitude necessária para que as campanhas alcancem êxito em relação à corrida eleitoral.

No tópico a seguir apresentar-se-á um mecanismo complementar de arrecadação para o financiamento de campanhas políticas.

### 3.4 MECANISMO ALTERNATIVO

O *crowdfunding* é uma modalidade de financiamento de forma coletiva, ou seja, é uma espécie de “vaquinha” online. Essa modalidade tem como objetivo arrecadar recursos, em grande parte com pequenas doações e de maneira colaborativa, visando a realização de uma ideia, projeto, negócio, etc. A grande maioria desses investimentos individuais são ligados à economia real, portanto, tende a aproximar o doador àquele que pretende realizar os investimentos.

Relacionando-o com as campanhas eleitorais, tal tipo de financiamento serviria para angariar recursos públicos para cobrir as despesas necessárias as candidaturas. Mohallem (2015) em seu artigo intitulado Crowdfunding e o futuro do financiamento eleitoral no Brasil reflexiona sobre a adoção dessa modalidade de financiamento no Brasil:

Aproximando-se do mundo político, esse sistema de financiamento é uma forma de aumentar a representatividade dos candidatos e a participação política dos eleitores. Instrumento ligado de forma direta e indireta às redes sociais, e consequentemente ao universo virtual, fomenta o debate político, auxilia o eleitor a conhecer o candidato que melhor o representa e aproxima o eleitor do candidato, que terá de inovar sua estratégia de campanha para angariar fundos, principalmente na hipótese de mudança do cenário normativo eleitoral.

Dar um passo adiante nesse sistema é democratizar a política por meio da pulverização da construção partidária e das campanhas. É substituir o interesse direto pelo dinheiro pelo reforço do espírito de responsabilização que é criado de forma indireta. É também tornar acessível a contribuição para as campanhas, em aspecto igualitário, e restituir a influência do povo sobre os partidos políticos, e da eleição em si, uma vez que o controle eleitoral dificilmente é efetuado pela população, o grande ator da concretização da cidadania. (MOHALLEM, 2015, p. 167).

Considerando a breve apresentação sobre o tema e que não há o interesse em valorar a qualidade ou não desse mecanismo, sua apresentação tem o intuito de demonstrar que há mais maneiras de angariar fundos para realização de campanhas políticas além daqueles que foram elencadas nessa monografia no item 3.1 a 3.3.

Findando a apresentação desse mecanismo alternativo, fica aqui uma reflexão para os partidos políticos, os quais precisam, junto de seus representantes, fomentar a participação política popular, fazendo com que as camadas da população brasileira se sintam mais representadas e participantes da democracia, refinando assim a busca pelo desenvolvimento de um país cada vez melhor para todos e mais democrático.

### 3.5 MODELOS ADOTADOS EM OUTRAS DEMOCRACIAS

Foram selecionados alguns países de constituição democrática situados no continente europeu e americano de forma aleatória e realizou-se uma pesquisa, a fim de identificar se esses permitem financiamento público, doações de pessoas físicas, de pessoas jurídicas e/ou financiamento estrangeiro. Os resultados foram esquematizados no Quadro 1:

Quadro 1 - Tipo de financiamento de campanhas eleitorais em países selecionados (2021)

| País      | Financiamento Público? | Doações de pessoas físicas | Doações de pessoas jurídicas | Financiamento estrangeiro? | Fonte |
|-----------|------------------------|----------------------------|------------------------------|----------------------------|-------|
| Brasil    | Sim                    | Sim                        | Não                          | Não                        | (1)   |
| Alemanha  | Sim                    | Sim                        | Sim                          | Não                        | (2)   |
| Espanha   | Sim                    | Sim                        | Sim                          | Não                        | (3)   |
| França    | Sim                    | Sim                        | Não                          | Não                        | (4)   |
| Portugal  | Sim                    | Sim                        | Não                          | Não                        | (5)   |
| EUA       | Sim                    | Sim                        | Sim                          | Não                        | (6)   |
| Canadá    | Sim                    | Sim                        | Sim                          | Não                        | (7)   |
| Uruguai   | Sim                    | Sim                        | Sim                          | Não                        | (8)   |
| Argentina | Sim                    | Sim                        | Sim                          | Não.                       | (9)   |

Fonte: Elaboração própria com base em: (1) BRASIL (2017); (2) ALEMANHA (1994); (3) ESPANHA (2007); (4) FRANÇA (2019); (5) PORTUGAL (2003); (8) URUGUAY (2009); (9) ARGENTINA (2007). (6) 5 fatos sobre o financiamento de campanhas nos EUA. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/mundo/5-fatos-sobre-o-financiamento-de-campanhas-nos-eua/>. Acesso em 26/10/2021. (7) Conheça o financiamento de campanha em alguns países. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2010/09/20/conheca-o-financiamento-de-campanha-em-alguns-paises>. Acesso em 26/10/2021.

Observa-se que todos os países citados possuem algum montante de financiamento advindo do Estado. Ademais, todos permitem doações advindas de pessoas físicas e contribuições individuais de filiados aos partidos. Com exceção do Brasil, França e Portugal, os outros 6 países permitem o recebimento de doações de pessoas jurídicas, sendo que para esse caso, a maioria dos países criou regramentos diferenciados e algumas sanções, a depender de como a questão da transparência eleitoral se configura em dadas democracias. Como exemplo, encontram-se citadas a seguir algumas sanções impostas pelo governo uruguaio referente à matéria:

Los partidos políticos o sus sectores internos o listas de candidatos no podrán aceptar directa o indirectamente: A) Contribuciones o donaciones anónimas, con excepción de aquellas que no superen las 4.000 UI (cuatro mil unidades indexadas). En ningún caso la suma de donaciones anónimas podrá exceder el 15% (quince por ciento) del total de ingresos declarados en la rendición de cuentas anual. B) Contribuciones o donaciones de organizaciones delictivas o asociaciones ilícitas. C) Contribuciones o donaciones de empresas concesionarias o adjudicatarias de obras públicas. D) Contribuciones o donaciones de asociaciones profesionales, gremiales, sindicales o laborales de cualquier tipo. E) Contribuciones o donaciones de gobiernos, entidades extranjeras o fundaciones. F) Contribuciones o donaciones de personas en situación de subordinación administrativa o relación de dependencia que se realicen por imposición o abuso de su superioridad jerárquica. G) Contribuciones o donaciones provenientes de personas públicas no estatales. (URUGUAY, 2009, não p.)

Quanto às doações advindas de iniciativas estrangeiras, é unânime em todos os países a sua proibição, considerando principalmente a necessidade de manutenção da soberania nacional dos Estados Democráticos.

No tópico a seguir será detalhada a evolução do financiamento de campanhas no Brasil, o qual se mistura com a formatação dos pleitos eleitorais no decorrer das décadas. Por fim, será apresentado como é o regramento atual referente ao tema.

## 4 MODELO ADOTADO NO BRASIL

O modelo de financiamento de campanhas eleitorais tal qual hoje o Brasil se submete perpassou por uma evolução histórica. Essa evolução se funde com a também evolução das eleições no Brasil, a qual pode ser dividida basicamente em três períodos, sendo: período colonial, período imperial e período republicano, este último dividido em primeiro e segundo período republicano. Tais períodos serão exemplificados a seguir, momento em que será exposto uma breve descrição de como as eleições eram realizadas e como eram financiadas.

### 4.1 HISTÓRICO ATÉ 1965

A primeira subdivisão do tópico se concentra no período colonial, onde por consequência da herança da colonização portuguesa foi iniciado um processo eleitoral logo depois da conquista, especificamente em 1532. Para abordar esse período, será utilizado o texto de BRASIL (2014).

Nesse contexto da tradição portuguesa, denominado Eleições das Vilas, os cargos preenchidos eram de vereador, juiz ordinário, procurados e outros oficiais. No caso de 1532:

A primeira eleição de que se tem notícia definiu os membros do Conselho Municipal da Vila de São Vicente – atual São Paulo – em 1532 e ocorreu conforme as determinações das Ordenações do Reino. (BRASIL, 2014, p.11).

Os votantes que exerciam o papel de escolher os administradores das vilas eram denominados “homens bons”, que basicamente eram compostos por homens com posses, sendo os nobres por linhagem, os senhores de engenho, os membros da alta burocracia militar e burgueses comerciais. As eleições eram realizadas de maneira indireta, onde o povo votava, mas escolhiam-se os seis “homens bons” mais votados para exercer o papel de eleitores da vila. Os eleitores escolhidos elaboravam nove listas, as quais continham os nomes dos vereadores, procuradores e juizes. Essas nove listas eram reduzidas a três, por rearranjo do juiz mais velho da vila. Essas três listas restantes designariam os administradores da vila pelos próximos três anos, sendo que cada lista se referia a um ano de gestão.

(BRASIL, 2014, p.11 a 13). Em relação ao financiamento das campanhas, dada a simplicidade do ato eleitoral e a forma rudimentar que era executado, não havia um sistema eleitoral que precisasse de financiamento ou que gerasse custos vultosos para escolha dos administradores, inclusive considerando o pequeno contingente de eleitores dessas vilas e o método indireto de eleição.

Com a transferência da família real para o Rio de Janeiro, em 1808, por consequência da invasão napoleônica em Portugal, o Brasil foi elevado em 1815 de colônia a reino do império português. Nesse ínterim, em 1821, D. João VI, então rei do Brasil, Portugal e Algarves, realizou a convocação dos brasileiros para escolha dos deputados às cortes de Lisboa, a fim de elaborar a nova Constituição do Império Português. Dava-se aí o início das eleições gerais do território brasileiro, sendo esse processo realizado de forma indireta por meio de quatro graus, onde: cidadãos das freguesias nomeavam os compromissários; os compromissários escolhiam os eleitores de paróquia que por sua vez escolhiam os eleitores de comarca; que por fim, elegiam os deputados. Tal sistema ficou marcado por ser um processo difícil e demorado, haja vista as várias etapas a se concluírem.

Com o início da independência do Brasil em 1822, D. Pedro I adotou outro sistema eleitoral para a então nova pátria, adotando então o sistema parlamentarista bicameral, diminuindo o processo eleitoral de quatro graus para dois, o que proporcionou maior agilidade para escolha dos então representantes do povo. Nesse processo havia apenas os votantes, que por sua vez escolheriam os eleitores, os quais votariam para preencher os cargos de Deputado e Senador. Os eleitores eram divididos em duas categorias, sendo eleitores de primeiro grau: cidadãos brasileiros do sexo masculino com mais de 25 anos e com renda anual de cem mil réis; ex-escravos (os libertos) ou ingênuos (aqueles nascidos do ventre livre de mães escravas); e, possíveis criminosos, ou seja, aqueles que ainda estavam passando por uma disputa judicial ou que ainda estavam sendo investigados. Para os eleitores em segundo grau, poderiam votar: estrangeiros naturalizados e eleitores com renda mínima anual de duzentos mil réis (BRASIL, TSE, 2014, p. 19 e 20).

Com relação aos critérios para se tornar um candidato a Deputado ou Senador, poderiam se candidatar:

Além de estar habilitado para ser eleitor de segundo grau e ter renda mínima de 400 mil réis [...]. (BRASIL, TSE, 2014, p. 20). Desse montante, 20% eram

Para poder ser senador, de acordo com a Constituição de 1824, era necessário preencher alguns requisitos: ter renda mínima de 800 mil réis anuais, ser cidadão brasileiro, ter 40 anos de idade ou mais (com exceção para os príncipes da Casa Imperial, que ganhavam assento no Senado aos 25 anos). Também deveria ser “pessoa de saber, capacidade e virtudes, com preferencia os que tiverem feito serviços á Pátria” (Constituição de 1824, art. 45, III). (BRASIL, TSE, 2014, p. 20).

Esse período, entre 1821 a 1882, ficou marcado por proporcionar eleições mais democráticas se comparadas aos anos anteriores, tendo no decorrer de tal intervalo diversas alterações legislativas, algumas beneficiando a maioria da população, outras com interesse de manter o status quo do Império. Porém, é visível que diversos entraves foram criados para a garantia da maioria nas câmaras do partido que sempre esteve no poder. As eleições se deram de maneira indireta, sendo alterada para direta apenas com a promulgação da lei Saraiva, em 1881, porém, analfabetos foram proibidos de votar com esse normativo e rígidos critérios para comprovação da renda foram instituídos. (BRASIL, TSE, 2014, p. 23).

Destaca-se nesse período o escalonamento social, o qual tipificava os indivíduos com base em sua posição social e, também o clientelismo, ou seja, prática eleitoreira que consiste em privilegiar um conjunto de indivíduos em troca de votos, pois, para vencer um processo eleitoral eram necessárias alianças e uma longa “caçada” de eleitores capazes de fazer-lhes vencer os pleitos. (BRASIL, TSE, 2014, p. 23). Sobre o financiamento público das campanhas, não há registros. Ademais, viu-se anteriormente que para poder participar dos pleitos como candidatos os indivíduos deveriam ter posses.

Do ano de 1889 em diante, ou seja, com a Proclamação da República, vários fatos marcaram o contexto político, econômico e social brasileiro, sendo o poder popular através do voto garantido em alguns momentos, já em outros não.

Especificamente no ano de 1894, ou seja, na primeira eleição para presidente, votaram apenas 2,2% da população (BRASIL, 2014, p. 27). Tal fato se deve principalmente a proibição do voto de analfabetos e mulheres, mesmo com a alteração do critério de voto censitário para voto direto. Vê-se então que claramente o objetivo da democracia não estava sendo considerado no contexto da novata República brasileira.

Outra curiosidade no período foi o estabelecimento da primeira constituição republicana, que criou o sistema presidencialista em vigor até os dias atuais, e que, além disso, atribuiu ao Congresso Nacional a competência de legislar sobre os

cargos federais, também permitindo aos estados a incumbência de legislar sobre as eleições estaduais e municipais, processo que proporcionou variações entre os estados permitindo uma certa descentralização do dinamismo eleitoral.

A primeira lei a tratar das eleições ocorreu em 1892, a qual abrangeu a apenas a esfera federal. Outro fato marcante do período foi a possibilidade de votar de maneira descoberta, ou seja, a lei 426 de 1896 resolveu que os cidadãos pudessem votar sem a necessidade de sigilo, situação que culminou na prática do voto de cabresto. Conforme o próprio TSE na redação do histórico desse período, cita a ausência de representatividade popular, processo que só veio a se alterar a partir da Revolução de 1930, conforme segue:

Assim, durante muito tempo, esse período foi visto como uma espécie de idade das trevas eleitoral. As eleições eram consideradas nada mais do que mera legitimação, por meio de artifícios fraudulentos, do poder de elites tradicionais. A expressão voto de cabresto, com suas inúmeras ilustrações, é recorrente ainda hoje para explicar o período. (BRASIL, TSE, 2014, p. 33).

Mas ressalta-se que, apesar desse histórico, houve palco fértil no período para atuações populares:

[...] é preciso reconhecer que a atuação política é maior do que a experiência eleitoral. E o período conhecido como Primeira República foi palco de diversas manifestações de atuação popular, dentre as quais: Revolta da Chibata, Revolta da Vacina, Guerra de Canudos, Contestado, Greve de 1917, para citar algumas. (BRASIL, TSE, 2014, p. 33).

Quanto ao financiamento das campanhas eleitorais, era evidente que considerando o contexto da manutenção do poder das oligarquias, bem como algumas restrições para a candidatura, não havia aparato jurídico tampouco social para regulamentar o financiamento público para as campanhas, inclusive considerando que grande parte da população na época era excluída dos direitos políticos.

A Revolução de 1930 trouxe uma onda revolucionária ao país e, no campo eleitoral, levantou um movimento para uma maior moralização dos procedimentos eleitorais. Essa ruptura abriu caminho para a criação de um órgão independente para administrar as eleições e julgar questões relacionadas à matéria. Assim, em 1932 foi criada uma corte especial para gerir os procedimentos eleitorais de maneira centralizada no território brasileiro.

Findo esse passo, nasceu o primeiro Código Eleitoral do Brasil, que inovou com a possibilidade do voto feminino, sendo esse facultativo, a fixação definitiva do voto secreto, a instituição do sistema representativo proporcional e a regulamentação das eleições federais, estaduais e municipais. (BRASIL, 2014, p. 36). Outra inovação do período, apesar da continuidade da eleição de candidatos sem partido, foi a menção da figura dos partidos políticos, sendo obrigatório previamente o registro de todas as candidaturas.

Outras inovações tentaram ser impostas com o novo Código Eleitoral de 1935, como a redução da idade mínima pra votar de 21 para 18 anos, a obrigatoriedade do voto das mulheres e a obrigatoriedade de registro de candidatura via partido político, porém, tal documento nunca vigorou, pois na data ocorreu o golpe do Estado Novo, onde Getúlio Vargas, ex-presidente do país, outorgou a Constituição de 1937, abolindo os partidos políticos, extinguindo a Justiça Eleitoral e restabelecendo o voto indireto para a Presidência. Sobre o órgão eleitoral, esse só foi restabelecido em 1945, com a deposição de Getúlio Vargas e queda do Estado Novo. Apesar das inovações concebidas no período, nada se falava sobre financiamento de campanhas no formato público e independentemente de haver campo progressista em relação à conjuntura eleitoral, o golpe atrapalhou qualquer novo arranjo evolutivo sobre o tema.

Com a deposição de Getúlio Vargas, em 1945, a Justiça Eleitoral foi restabelecida. Com sua recriação, as principais inovações no campo eleitoral foram a obrigatoriedade de os candidatos estarem vinculados a partidos políticos, a orientação para que todos os níveis do governo tivessem eleições diretas, a obrigatoriedade do voto em sufrágio universal e a redução da idade mínima para votar para 18 anos. (BRASIL, TSE, 2014, p. 40).

Por conta desse novo desenho, as campanhas eleitorais passaram a ter cada vez mais importância no relacionamento entre candidato e eleitor, e houve um grande aumento de partidos políticos, agora fortalecidos de maneira nacional e com bases ideológicas diversas que minavam a aglutinação do eleitorado em torno de seus projetos políticos.

Não durou muito até o advento da Ditadura Militar, a qual durou 21 anos e afundou todo o discurso democrático em vias de florescimento progressista até então. Nesse período houve eleições diretas e indiretas, mas àquelas que os cidadãos exerciam de forma controlada. Quase todos os partidos políticos foram

extintos, estabelecendo-se o bipartidarismo, sendo o MDB (Movimento Democrático Brasileiro) o partido de oposição e a Arena (Aliança Renovadora Nacional) representando os militares. Esse período foi marcado pela regulamentação do primeiro fundo partidário, orientado pela Lei nº 4.740 de 15 de julho de 1965, a qual será tratada no tópico seguinte.

## 4.2 HISTÓRICO A PARTIR DE 1965

O fundo partidário tem sua origem na Lei nº 4.740 de 15 de julho de 1965, denominada Lei Orgânica dos Partidos Políticos (BRASIL, 1965). Foi instaurada durante a Ditadura Militar no governo de Humberto Castello Branco e tinha, como um dos pressupostos, o interesse de garantir que os partidos tivessem autonomia financeira. Cabe destacar que no período de promulgação da lei existiam oficialmente apenas dois partidos políticos, a ARENA e o MDB, o primeiro era base de sustentação do regime e o segundo era seu opositor tolerável.

O capítulo IX da referida lei cita que o fundo especial de assistência financeira aos partidos políticos era constituído:

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 permanentes ou eventual; III - de doações particulares [...]. (BRASIL, 1965, não p.).

Destaca-se que a consignação desse fundo era realizada pelo Poder Judiciário ao Tribunal Superior Eleitoral, por conseguinte registrado no Tribunal de Contas e distribuído ao Tesouro Nacional, que por sua vez o contabilizava e disponibilizava ao Banco do Brasil trimestralmente em conta que ficava à disposição do Tribunal Superior Eleitoral. O tribunal, no que lhe concerne, fazia a distribuição aos partidos políticos (BRASIL, 1965).

Desse montante, 20% eram direcionados em partes iguais aos partidos e 80% distribuídos proporcionalmente ao número de mandatários formalmente eleitos exercendo um cargo na Câmara dos Deputados. Recebidos tais valores, os diretórios nacionais eram obrigados a repassar 80% às suas instâncias regionais, que por sua vez distribuiriam 60% desse valor aos diretórios municipais. Sobretudo,

a distribuição e uso dos recursos era passível de prestação de contas anual e investigação por parte da Justiça Eleitoral (BRASIL, 1965).

A lei destinava os recursos do fundo partidário à manutenção das sedes e serviços dos partidos, à propaganda doutrinatória e política, ao alistamento e eleição e a fundação e manutenção de um instituto de instrução política para formação e renovação de quadros e líderes políticos. Todavia, era vetado sob qualquer hipótese o pagamento de salários do quadro efetivo dos partidos políticos (BRASIL, 1965).

Além do fundo partidário, outras formas de contribuição ou auxílio pecuniário eram facultativas aos partidos políticos, com vedação a montantes oriundos de pessoa ou entidade estrangeira, autoridades ou órgãos públicos, sociedades de economia mista e das empresas concessionárias de serviços públicos, bem como de empresas privadas com finalidade lucrativa.

Em relação às alterações, João Figueiredo promulga a Lei nº. 6.767 de 1979, que modifica o quantitativo destinado em partes iguais aos partidos, passando de 20% para 10%. Já a quota proporcional passou de 80% para 90% (BRASIL, 1979).

Em 19 de setembro de 1995 são aprovadas novas diretrizes para essa questão. Marco Maciel, ex-vice-presidente da República de Fernando Henrique Cardoso, faz profundas alterações em relação ao tema por advento da Lei nº. 9.096 (BRASIL, 1995). Em seu art. 15 há citação sobre a necessidade de que o Estatuto do Partido contenha os critérios de distribuição do Fundo Partidário entre os órgãos de nível municipal, estadual e nacional, não mais fixando um percentual padrão para seus diretórios estaduais e municipais, como determinado anteriormente. O art. 33 cita a necessidade de que os balanços dos partidos políticos discriminassem a destinação dos recursos oriundos do fundo partidário. Ademais, no art. 36, prevê a suspensão do repasse de recursos a partidos que infringissem as obrigatoriedades da lei em questão, sendo o principal motivo de suspensão o recebimento pelo partido de recursos de origem adversa ao permitido. Além disso, os percentuais de repasse alteraram, sendo 1% do montante para entrega em partes iguais aos partidos e 99% distribuídos conforme proporção dos votos obtidos na última eleição geral para a Câmara de Deputados. Complementando, a Lei de 1995 permitiu o pagamento de pessoal do cargo efetivo do partido político no montante até 20% do total recebido e o recebimento de doações de pessoas físicas e jurídicas para constituição de seus fundos. Em contrapartida, vetou as doações de autarquias,

fundações e entidade de classe ou sindicais (BRASIL, 1995). Nesse contexto, já havia 26 partidos ativos inscritos no Tribunal Superior Eleitoral. (NEXO JORNAL, 2018).

Em setembro de 1997 é promulgada a Lei nº 9.504, a qual cria novos mecanismos de controle de arrecadação e definição dos tipos de despesas consideradas de vínculo eleitoral. Em seu art. 18 fica evidente a necessidade de um maior controle sobre a arrecadação e os gastos das candidaturas, haja vista a necessidade de apresentação prévia à Justiça Eleitoral dos valores máximos de gastos a se concretizar por candidato. Também se observa nesse artigo, em seu inciso 2º, a aplicação de multas em caso de excesso de gastos além do informado no momento da candidatura. Em seu art. 21 também há mais objetividade em relação às responsabilidades do candidato, sendo ele ou pessoa designada por ele o “[...] único responsável pela veracidade das informações financeiras e contábeis de sua campanha [...]”. (BRASIL, 1997). Em relação às pessoas físicas, em seu art. 23, estipulam-se limites para doações, sendo possível doar no máximo 10% dos rendimentos brutos da pessoa física vinculado ao montante recebido no ano anterior à eleição. Além do mais, articula-se nesse artigo outras medidas de contenção de fraudes, haja vista a necessidade de doações com comprovação do remetente, por exemplo. Apesar da preocupação eminente em dadas alterações, não são descontinuadas as relações entre candidato/partido e pessoas jurídicas. Sobre esse modelo, além das já citadas, vetam-se doações de entidades de direito privado que recebam contribuições compulsórias em virtude de disposição legal, entidades de utilidade pública e pessoa jurídica sem fins lucrativos que receba recursos do exterior (BRASIL, 1997).

A distribuição aos partidos referente ao fundo partidário na proporção 1%/99% vigorou até 2006, quando o Superior Tribunal Federal julgou a matéria como inconstitucional (Ações Diretas de Inconstitucionalidade nºs. 1.351 e 1.354), haja vista que o modelo compromete princípios fundamentais constitucionais, como o da igualdade de chances, proporcionalidade, etc. Sendo assim, em 2007 foi editada a Lei 11.459/2007 que restabeleceu as regras de proporcionalidade para 5% e 95%, a qual foi assinada pelo então Presidente Luiz Inácio Lula da Silva. (BRASIL, 2007).

Destarte ao tema do trabalho, ou seja, o financiamento de campanhas, visando maior transparência e diminuição de poder econômico das empresas

privadas em relação aos candidatos e partidos, promulga-se a Lei nº 13.487 em 6 de outubro de 2017, que suprime tais doações a partidos políticos e candidatos (BRASIL, 2017). Tal lei foi assinada pelo então Presidente Michel Temer e cria o Fundo Especial de Financiamento de Campanha – FEFC, o qual é constituído por:

Art. 16-C I - ao definido pelo Tribunal Superior Eleitoral, a cada eleição, com base nos parâmetros definidos em lei; 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. II - programações decorrentes de emendas de bancada estadual de execução obrigatória e de despesas necessárias ao custeio de campanhas eleitorais. (BRASIL, 2017, não p.).

Tais recursos servem para financiar as campanhas políticas com recursos da União e são depositados pelo Tesouro Nacional no Banco do Brasil para disponibilização ao Tribunal Superior Eleitoral até o primeiro dia útil do mês de junho do ano do pleito. O Tribunal Superior Eleitoral também possui a incumbência de tornar público o montante de recursos disponíveis 15 dias após o referido depósito. Esses recursos só são disponibilizados aos partidos após a definição interna dos critérios de distribuição, momento esse em que o tópico em questão é aprovado pela maioria absoluta da direção nacional do partido e divulgado publicamente. Em complemento a essa lei, é publicada a Lei nº 13.488 em 6 de outubro de 2017 (BRASIL, 2017), a qual explicita critérios para a disponibilização de valores do FEFC para o primeiro turno das eleições de 2018, sendo:

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. (BRASIL, 2017, não p.).

Salienta-se que o candidato opta por ter acesso aos recursos do Fundo Especial de Financiamento de Campanha - FEFC, devendo realizar requerimento de acesso por escrito ao respectivo órgão partidário. Além disso, fica instituída a

possibilidade de financiamento de campanhas por meio de financiamentos coletivos, desde que seguindo algumas exigências previstas na referida lei.

Apresentado o histórico dos pleitos eleitorais e da evolução das leis que tratam sobre o financiamento dos partidos e das campanhas eleitorais, detalhar-se-á no próximo tópico como está constituído atualmente esse assunto.

#### 4.3 REGRAMENTO ATUAL

O Fundo Especial de Assistência Financeira aos partidos políticos, mais conhecido como Fundo Partidário, e distribuindo recursos para trinta e três partidos políticos, é constituído atualmente por:

I - multas e penalidades pecuniárias aplicadas nos termos do Código Eleitoral e leis conexas; II - recursos financeiros que lhe forem destinados por lei, em caráter permanente ou eventual; III - doações de pessoa física ou jurídica, efetuadas por intermédio de depósitos bancários diretamente na conta do Fundo Partidário; (Expressão “ou pessoa jurídica” declarada inconstitucional, em controle concentrado, pelo Supremo Tribunal Federal, pela ADIN 4.650, publicada no DOU de 25/9/2015); IV - dotações orçamentárias da União em valor nunca inferior, cada ano, ao número de eleitores inscritos em 31 de dezembro do ano anterior ao da proposta orçamentária, multiplicados por trinta e cinco centavos de real, em valores de agosto de 1995. (BRASIL, 1995 e alterações, não p.)

Estes valores continuam sendo previstos no orçamento pelo Poder Judiciário ao Tribunal Superior Eleitoral, tendo o Tesouro Nacional a incumbência de depositar mensalmente os duodécimos no Banco do Brasil à disposição do Tribunal Superior Eleitoral. Nessa mesma conta serão depositadas as quantias relativas as multas e outras penalidades pecuniárias previstas na Legislação Eleitoral. (BRASIL, 1995)

Após recebidos os valores o Tribunal Superior Eleitoral tem cinco dias para realizar aos órgãos nacionais dos partidos a distribuição do fundo, sendo 5% realizados em partes iguais a todos os partidos que atendam os requisitos de acesso; e, 95% distribuídos na proporção dos votos obtidos na última eleição geral para a Câmara dos Deputados. (BRASIL, 1995)

Os partidos políticos também ressalvam o direito de receber doações de pessoas físicas. Tais doações podem ser feitas diretamente aos órgãos partidários nacionais, estaduais e/ou municipais, devendo para o caso, o órgão partidário informar à Justiça Eleitoral um demonstrativo desses recebimentos e sua respectiva

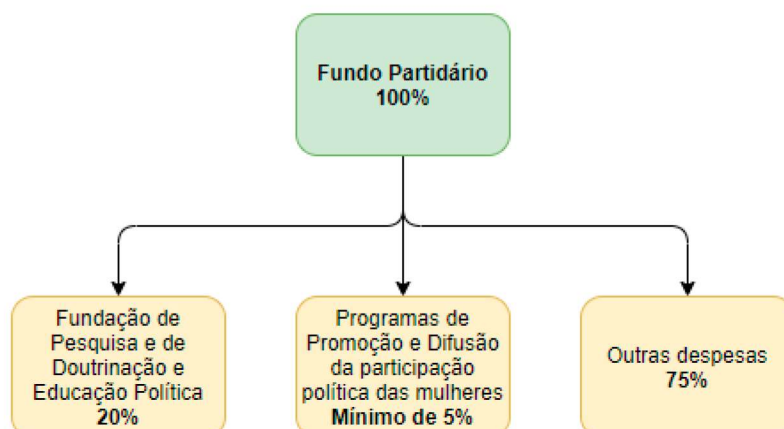
destinação. Ademais, visando maior transparência, há critérios para que as doações sejam realizadas, sendo:

I - cheques cruzados e nominais ou transferência eletrônica de depósitos; (Inciso acrescido pela Lei nº 13.165, de 29/9/2015); II - depósitos em espécie devidamente identificados; (Inciso acrescido pela Lei nº 13.165, de 29/9/2015); III - mecanismo disponível em sítio do partido na internet que permita o uso de cartão de crédito, cartão de débito, emissão on-line de boleto bancário ou, ainda, convênios de débitos em conta, no formato único e no formato recorrente, e outras modalidades, e que atenda aos seguintes requisitos: (Inciso acrescido pela Lei nº 13.165, de 29/9/2015, com redação dada pela Lei nº 13.877, de 27/9/2019); a) identificação do doador; (Alínea acrescido pela Lei nº 13.165, de 29/9/2015); b) emissão obrigatória de recibo eleitoral para cada doação realizada. (Alínea acrescido pela Lei nº 13.165, de 29/9/2015). (BRASIL, 2015, não p.).

Destaca-se que as doações são permitidas apenas nos casos citados anteriormente, sendo vetado o recebimento sob qualquer forma ou pretexto de entidades ou governos estrangeiros, entes públicos e pessoas jurídicas de quaisquer naturezas, entidades de classe ou sindicais e pessoas físicas que exerçam função ou cargo público de livre nomeação e exoneração, ou cargo público temporário. Complementando, caso seja identificada a violação das normas legais ou estatutárias, os órgãos partidários serão sancionados com suspensão de recebimento do fundo partidário, sendo geralmente um ou dois anos, ou até que sejam esclarecidas as violações à Justiça Federal, prazos designados conforme cada caso de descumprimento da lei. (BRASIL, 2015, não p.).

Quanto à distribuição do fundo partidário, se dá da seguinte maneira:

Figura 1 - Fluxograma de distribuição do fundo partidário



FONTE: Elaboração própria a partir de Brasil (1995) e suas alterações. Dispõe sobre partidos políticos

Os valores relativos a Outras Despesas são destinados a manutenção das sedes e serviços do partido e pagamento de pessoal, limitado a:

a) 50% (cinquenta por cento) para o órgão nacional; (Alínea acrescida pela Lei nº 13.165, de 29/9/2015); b) 60% (sessenta por cento) para cada órgão estadual e municipal; (Alínea acrescida pela Lei nº 13.165, de 29/9/2015). (BRASIL, 2015, não p.)

Além disso, podem ser gastos na propaganda doutrinária e política, bem como no alistamento e campanhas eleitorais. Adicionalmente, os valores classificados como “Outras Despesas” também podem ser utilizados para pagamento de mensalidades, anuidades e congêneres devidos a organismos partidários internacionais, os quais se destinem à pesquisa, estudo e à doutrinação política aos quais o órgão partidário está regularmente filiado, pagamento de despesas com alimentação, contratação de serviços de consultoria contábil e advocatícia, compra, e locação de bens móveis e imóveis, edificação, construção, reformas e adaptações nos bens das sedes partidárias. Por fim, o montante recebido também pode ser utilizado para impulsionamento de conteúdos na internet. (BRASIL, 2015, não p.).

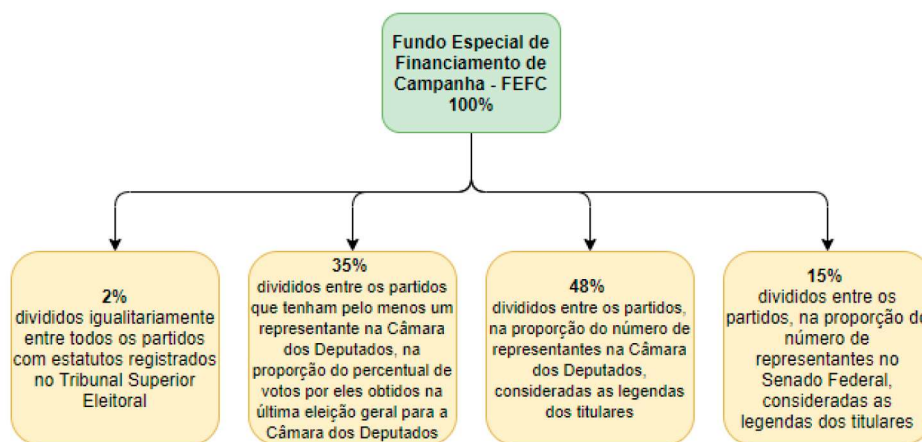
Todas essas informações devem estar dispostas nos balanços dos órgãos partidários, os quais devem conter no mínimo os seguintes itens:

I - discriminação dos valores e destinação dos recursos oriundos do fundo partidário; II - origem e valor das contribuições e doações; III - despesas de caráter eleitoral, com a especificação e comprovação dos gastos com programas no rádio e televisão, comitês, propaganda, publicações, comícios, e demais atividades de campanha; IV - discriminação detalhada das receitas e despesas. (BRASIL, 1995, não p.)

Além dos recursos do fundo partidário citados anteriormente, ainda há de se considerar a Lei nº 13.488 em 6 de outubro de 2017, que dispõe sobre o FEFC. Esse fundo foi criado a partir do veto de recebimento de doações de pessoas jurídicas a órgãos partidários, procedimento que vislumbra maior transparência e diminuição de poder econômico das empresas privadas em relação aos candidatos e partidos políticos, haja vista, principalmente, corrupção e troca de favores e influência.

Os recursos do FEFC para o primeiro turno serão distribuídos da seguinte maneira entre os partidos políticos:

Figura 2 - Fluxograma de distribuição do fundo especial de financiamento de campanha – FEFC



Fonte: Elaboração própria a partir BRASIL (2017) e suas alterações. Dispõe sobre o Fundo Especial de Financiamento de Campanha (FEFC)

O Fundo Especial de Financiamento de Campanha - FEFC é composto exclusivamente de dotações orçamentárias da União, nos anos eleitorais em que sucedem, devendo o Tribunal Superior Eleitoral estabelecer o valor mínimo, de acordo com o percentual do montante total dos recursos da reserva específica a programações decorrentes de emendas de bancada estadual impositiva, devidamente acrescentado no projeto de lei orçamentária anual.

Salienta-se que para obter acesso ao FEFC, o candidato deve fazer um requerimento por escrito ao seu órgão partidário, ou seja, o proponente a uma candidatura pode optar pelo uso ou não de dado recurso.

Outras alterações da lei que incluiu o FEFC foram:

IV - instituições que promovam técnicas e serviços de financiamento coletivo por meio de sítios na internet, aplicativos eletrônicos e outros recursos similares [...]; V - comercialização de bens e/ou serviços, ou promoção de eventos de arrecadação realizados diretamente pelo candidato ou pelo partido político. (BRASIL, 2017, não p.)

A lei citada anteriormente, relativa ao FEFC, foi aplicada primeiramente em 2018. Nesse processo eleitoral, ficaram limitados por cargos os seguintes valores para gastos em campanha:

Tabela 2 - Limites de gastos de campanhas por cargo em 2018.

| Cargo                     | Quantidade de eleitores por Estado |            | Limites de Gasto |
|---------------------------|------------------------------------|------------|------------------|
|                           | De                                 | Até        | R\$              |
| <b>Presidente</b>         | s/ limite                          | s/ limite  | 70.000.000,00    |
| <b>Governador</b>         | 1                                  | 1.000.000  | 2.800.000,00     |
|                           | 1.000.001                          | 2.000.000  | 4.900.000,00     |
|                           | 2.000.001                          | 4.000.000  | 5.600.000,00     |
|                           | 4.000.000                          | 10.000.000 | 9.100.000,00     |
|                           | 10.000.001                         | 20.000.000 | 14.000.000,00    |
|                           | 20.000.001                         | s/ limite  | 21.000.000,00    |
| <b>Senador</b>            | 1                                  | 2.000.000  | 2.500.000,00     |
|                           | 2.000.001                          | 4.000.000  | 3.000.000,00     |
|                           | 4.000.001                          | 10.000.000 | 3.500.000,00     |
|                           | 10.000.001                         | 20.000.000 | 4.200.000,00     |
|                           | 20.000.001                         | s/ limite  | 5.600.000,00     |
| <b>Deputado federal</b>   | s/ limite                          | s/ limite  | 2.500.000,00     |
| <b>Deputado Estadual</b>  | s/ limite                          | s/ limite  | 1.000.000,00     |
| <b>Deputado Distrital</b> | s/ limite                          | s/ limite  | 1.000.000,00     |

Fonte: Elaboração própria a partir de BRASIL (2018). Limites de gastos por cargo para campanhas eleitorais.

Sobre o orçamento e distribuição nas campanhas para o segundo turno de presidente e governador, onde houver, o limite de gastos de cada candidato será de 50% (cinquenta por cento) dos limites fixados na lei em questão.

Já em 2020, segundo a Lei nº 9.504/1997 – Lei das Eleições, os limites para gastos de campanhas dos candidatos a prefeito e vereador ficaram definidos da seguinte maneira:

Art. 18-C. O limite de gastos nas campanhas dos candidatos às eleições para prefeito e vereador, na respectiva circunscrição, será equivalente ao limite para os respectivos cargos nas eleições de 2016, atualizado pelo Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), aferido pela Fundação Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), ou por índice que o substituir. (BRASIL, 1997, não p.)

Para as eleições do ano em questão, a atualização dos limites máximos de gastos atingiu 13,9%, o que correspondeu ao IPCA acumulado de junho/2016 a junho/2020. Ressalta-se que os limites variam em cada uma das 5.568 cidades do país, sendo apresentado na Tabela 3:

Tabela 3 - Estatística descritiva dos limites de gastos de campanhas por cargo em 2020.

| Estatística      | Prefeito      | Prefeito 2º turno | Vereador     |
|------------------|---------------|-------------------|--------------|
| Média Aritmética | 283.199,96    | 1.702.382,82      | 26.176,71    |
| Média Geométrica | 172.943,33    | 1.029.636,71      | 17.652,43    |
| Média Harmônica  | 150.344,03    | 702.783,45        | 15.398,00    |
| Mínimo           | 123.077,42    | 101.190,87        | 12.307,75    |
| 1ª quartil (25%) | 123.077,42    | 579.685,52        | 12.307,75    |
| 2º quartil (50%) | 123.077,42    | 956.759,19        | 12.307,75    |
| 3º quartil (75%) | 189.899,15    | 1.731.209,11      | 20.912,11    |
| Máximo           | 51.799.383,68 | 20.719.753,47     | 3.675.197,12 |

Fonte: Elaboração própria a partir de BRASIL (2020): Limite de gastos por cargo para campanhas eleitorais.

Observando a distribuição dos valores da Tabela 3 entre os municípios, verifica-se que a maioria dos municípios brasileiros, aproximadamente 68%, estão contemplados com o valor mínimo observado de gastos para prefeitos (podendo gastar até R\$123.077,42). Já no caso do limite de gastos por vereador, 64% dos municípios estão nessa situação, podendo gastar até R\$ 12.307,75. Em relação às capitais, as distribuições dos limites de gastos estão assim definidas:

Tabela 4 - Limites de gastos de campanhas por cargo em 2020 nas capitais.

| Posição | Estado | Cidade         | Prefeito      | Prefeito (2º turno) | Vereador     |
|---------|--------|----------------|---------------|---------------------|--------------|
| 1       | SP     | São Paulo      | 51.799.383,68 | 20.719.753,47       | 3.675.197,12 |
| 2       | MG     | Belo Horizonte | 30.413.484,38 | 12.165.393,75       | 692.183,02   |
| 3       | RJ     | Rio de Janeiro | 22.622.510,55 | 9.049.004,22        | 1.594.577,38 |
| 4       | BA     | Salvador       | 16.722.661,99 | 6.689.064,80        | 451.919,94   |
| 5       | CE     | Fortaleza      | 14.135.674,35 | 5.654.269,74        | 524.050,70   |
| 6       | PR     | Curitiba       | 10.903.325,67 | 4.361.330,27        | 530.525,58   |
| 7       | MT     | Cuiabá         | 10.257.718,66 | 4.103.087,46        | 560.511,19   |
| 8       | AM     | Manaus         | 10.227.455,89 | 4.090.982,36        | 628.500,47   |

| Posição | Estado | Cidade        | Prefeito     | Prefeito (2º turno) | Vereador     |
|---------|--------|---------------|--------------|---------------------|--------------|
| 9       | TO     | Palmas        | 8.846.132,14 | -                   | 962.451,15   |
| 10      | MS     | Campo Grande  | 7.609.782,17 | 3.043.912,87        | 732.621,66   |
| 11      | PE     | Recife        | 7.527.157,92 | 3.010.863,17        | 1.011.149,65 |
| 12      | ES     | Vitória       | 7.356.528,18 | 2.942.611,27        | 149.748,32   |
| 13      | RS     | Porto Alegre  | 6.663.581,68 | 2.665.432,67        | 489.142,84   |
| 14      | GO     | Goiânia       | 6.474.133,61 | 2.589.653,44        | 591.983,46   |
| 15      | RN     | Natal         | 6.254.508,52 | 2.501.803,41        | 386.587,77   |
| 22      | AL     | Maceió        | 5.131.759,90 | 2.052.703,96        | 251.112,20   |
| 27      | SE     | Aracaju       | 4.286.917,89 | 1.714.767,16        | 186.003,67   |
| 28      | SC     | Florianópolis | 4.133.220,98 | 1.653.288,39        | 194.842,85   |
| 36      | MA     | São Luís      | 3.579.399,13 | 1.431.759,65        | 504.192,26   |
| 38      | RO     | Porto Velho   | 3.368.977,02 | 1.347.590,81        | 159.288,05   |
| 52      | PB     | João Pessoa   | 2.808.392,83 | 1.123.357,13        | 311.995,58   |
| 64      | PI     | Teresina      | 2.496.880,06 | 998.752,03          | 237.355,18   |
| 77      | RR     | Boa Vista     | 2.084.865,10 | 833.946,04          | 391.772,10   |
| 113     | PA     | Belém         | 1.611.259,97 | 644.503,99          | 438.043,03   |
| 149     | AP     | Macapá        | 1.347.441,65 | 538.976,66          | 151.743,76   |

Fonte: Elaboração própria a partir a partir de BRASIL (2020). Limite de gastos por cargo para campanhas eleitorais nas capitais.

Enfatiza-se que esses valores são os limites de gastos por candidato, mas que não necessariamente foram realizados. No capítulo 7, análise de dados do modelo brasileiro nas campanhas eleitorais de 2018 e 2020, verificar-se-á como esses valores se comportaram na realidade, o que possibilitará uma visão ampliada dos recursos cedidos, gastos, bem como a natureza de sua aplicação.

Findo o resumo da origem e evolução das leis que regulamentam o Fundo Partidário e do Fundo Especial de Financiamento de Campanha, detalhar-se-á no tópico seguinte a conjuntura atual da situação financeira sobre o tema, um dos objetivos da referida monografia. Dar-se-á maior destaque ao segundo assunto, ou seja, ao FEFC, o qual é o assunto principal desse trabalho, aliás, cabe ressaltar que o Fundo Partidário foi apenas um meio para que o FEFC fosse aprovado em 2017.

## 5 ANÁLISE DE DADOS DO MODELO BRASILEIRO NAS CAMPANHAS ELEITORAIS DE 2018 E 2020

De maneira geral, a proposta deste tópico é avaliar a fonte, a metodologia de distribuição e os usos do Fundo Eleitoral e Fundo Especial de Financiamento de Campanha - FEFC, tal qual a Lei 13.487/2017 propôs. Dentro desse contexto, podem-se elencar alguns objetivos mais específicos, como:

I. Apresentar as finanças das campanhas eleitorais de 2018 e 2020:

a) Composição das receitas eleitorais e suas origens; detalhamento das receitas eleitorais advindas de recursos públicos; e, detalhamento das receitas eleitorais advindas de recursos privados;

b) Composição das despesas eleitorais e seus principais destinos.

II. Revisitar a metodologia de distribuição do financiamento de campanhas, observando a formatação atual e apresentando a distribuição entre os partidos políticos.

III. Apresentar o gasto público por eleitor e comparar com outras democracias.

III. Observar os anos de 2018 e 2020 com eleições anteriores, com objetivo de comparar as candidaturas por gênero, cor/raça e reeleições, visando verificar se o objetivo de democratização foi alcançado.

IV. Comparar o Fundo Especial de Financiamento de Campanha – FEFC com outros dispêndios distributivos de renda do Governo Federal, a fim de observar a representatividade desse no orçamento público federal.

Para obter êxito em tais objetivos, serão utilizados conceitos e ferramentas de estatística descritiva, bem como representações gráficas. Cabe destacar que os dados foram obtidos através do portal do Tribunal Superior Eleitoral nas subseções Estatísticas Eleitorais e Divulgação de Candidaturas e Contas Eleitorais e serão detalhados nos tópicos que seguem.

### 5.1 FINANÇAS DAS CAMPANHAS ELEITORAIS DE 2018 E 2020

Esse tópico apresenta algumas estatísticas descritivas das campanhas da eleição de 2018 (para presidente, governador, senador e deputados estaduais e

federais) e da eleição municipal de 2020 (para prefeito e vereadores) a fim de entender tanto a composição das receitas quanto a distribuição das despesas nesses dois contextos.

#### 5.1.1 Composição das receitas eleitorais e suas origens

Como citado no item 4.3, sobre o regramento atual, as fontes de recursos para realização das campanhas políticas e partidárias provém do Fundo Especial de Assistência Financeira aos Partidos Políticos, mais conhecido como Fundo Partidário, bem como do FEFC. Esses fundos são compostos de multas e penalidades por força da aplicação do Código Eleitoral e leis conexas, doações de pessoas físicas e dotações orçamentárias da União.

Quanto aos recursos privados, eles são compostos por Doações de Pessoas Físicas, Financiamentos Coletivos, Doações pela Internet, Doações de Candidatos e Doações de Partidos, nesse último caso, quando o Partido Político não adere ao Fundo Especial de Financiamento de Campanha.

Para os anos de 2018 e 2020, as somas desses fundos, bem como a origem de sua composição, estão detalhadas na tabela a seguir:

Tabela 5 - Composição das receitas para financiamento das campanhas eleitorais 2018/2020

| <b>Tipo de receita</b> | <b>Origem</b> | <b>2018<br/>(R\$ de 2020)</b> | <b>2020 (R\$ de 2020)</b> | <b>Crescimento/<br/>Decrescimento (%)</b> |
|------------------------|---------------|-------------------------------|---------------------------|-------------------------------------------|
| Outros Recursos        | Privado       | 1.124.579.171,49              | 1.713.612.023,92          | 52,38%                                    |
| FEFC                   | Público       | 1.839.935.156,01              | 2.013.959.634,74          | 9,46%                                     |
| Fundo Partidário       | Público       | 442.376.460,33                | 113.945.197,54            | -74,24%                                   |
|                        |               | <b>3.406.890.787,83</b>       | <b>3.841.516.856,20</b>   | <b>12,76%</b>                             |

Fonte: Elaboração própria a partir de BRASIL (2018; 2020). Receitas eleitorais. Observação: Valores de 2018 corrigidos pelo IPCA para 10/2020.

Observa-se que houve um acréscimo geral de 12,76% nas receitas. Quanto ao aumento dos recursos privados na casa de 52,38%, justifica-se porque as eleições de 2020 foram municipais, motivo pelo qual duplicou o recebimento de recursos de pessoas físicas se comparado com as eleições estaduais/federais realizadas em 2018, dados que serão visualizados mais adiante. Quanto à queda de recursos do Fundo Partidário, essa é uma decisão de gestão dos partidos políticos,

tão logo, não há um motivo muito claro sobre a diminuição da contribuição desse tipo de recurso para aplicação direta na campanha eleitoral de 2020.

Abrindo a rubrica Outros Recursos, pode-se ter uma ideia de quais as fontes desses recursos, detalhados na Tabela 6:

Tabela 6 - Composição de recursos da rubrica "Outros Recursos" 2018/2020

| Tipo de receita                                  | 2018 (R\$ de 2020)      | 2018 (%)        | 2020 (R\$ de 2020)      | 2020 (%)        | Crescimento/<br>Decrescimento (%) |
|--------------------------------------------------|-------------------------|-----------------|-------------------------|-----------------|-----------------------------------|
| <b>(+) Outros Recursos</b>                       | <b>1.124.579.171,49</b> | <b>100,000%</b> | <b>1.713.612.023,92</b> | <b>100,000%</b> | 52,38%                            |
| Comercialização de bens ou realização de eventos | 118.639,68              | 0,011%          | 53.179,50               | 0,003%          | -55,18%                           |
| Doações pela internet                            | 413.016,98              | 0,037%          | 424.067,97              | 0,025%          | 2,68%                             |
| Recursos de financiamento coletivo               | 21.080.267,11           | 1,875%          | 15.800.269,64           | 0,922%          | -25,05%                           |
| Recursos de origens não identificadas            | 893.660,41              | 0,079%          | 643.109,01              | 0,038%          | -28,04%                           |
| Recursos de partido político                     | 14.704.792,98           | 1,308%          | 10.553.315,29           | 0,616%          | -28,23%                           |
| Recursos de pessoas físicas                      | 604.380.491,26          | 53,743%         | 1.204.417.464,93        | 70,285%         | 99,28%                            |
| Recursos próprios                                | 482.964.768,71          | 42,946%         | 481.707.427,58          | 28,111%         | -0,26%                            |
| Rendimentos de aplicações financeiras            | 23.534,38               | 0,002%          | 13.190,00               | 0,001%          | -43,95%                           |

Fonte: Elaboração própria a partir de BRASIL (2018; 2020). Receitas eleitorais. Observação: Valores de 2018 corrigidos pelo IPCA para 10/2020.

Como citado anteriormente, o aumento dos recursos privados na casa de 52,38% se deu principalmente por conta de um aumento de 99,28% em relação ao ano de 2018 para a rubrica Recursos de Pessoas Físicas, situação que denota maior participação de recursos dos candidatos para financiamento das campanhas municipais.

No tópico que segue serão detalhadas como as despesas eleitorais se comportaram em dados períodos e quais seus principais usos.

### 5.1.2 Composição das despesas eleitorais e seus principais destinos

Para os anos de 2018 e 2020, as somas das despesas, segundo a sua origem, estão detalhadas na tabela que segue:

Tabela 7 - Composição das despesas para financiamento das campanhas eleitorais 2018/2020

| <b>Tipo de recurso para pagamento de despesas</b> | <b>2018 (R\$ de 2020)</b> | <b>2020 (R\$ de 2020)</b> | <b>Crescimento/<br/>Decrescimento (%)</b> |
|---------------------------------------------------|---------------------------|---------------------------|-------------------------------------------|
| Recursos privados                                 | 987.646.742,10            | 1.358.279.777,47          | 37,53%                                    |
| Recursos públicos                                 | 2.241.672.993,92          | 2.032.051.937,33          | -9,35%                                    |
|                                                   | <b>3.229.319.736,02</b>   | <b>3.390.331.714,80</b>   | <b>4,99%</b>                              |

Fonte: Elaboração própria a partir de BRASIL (2018; 2020). Despesas eleitorais. Observação: Valores de 2018 corrigidos pelo IPCA para 10/2020.

Observa-se que houve um acréscimo geral de gastos entre as duas campanhas em aproximadamente 5%, haja vista principalmente a diferença existente entre os dois pleitos. Em 2018 mais recursos públicos foram utilizados, o que se deve por serem eleições federais/estaduais, á que geralmente tem um aporte maior de recursos próprios ou de pessoas físicas nas eleições municipais, conforme identificado no tópico 5.1.1.

A seguir serão detalhados quais os objetos de compras são mais adquiridos nas campanhas eleitorais, com a finalidade de ilustrar as despesas que mais oneram a corrida eleitoral independente do ano em que ocorreram, seja a nível federal/estadual ou a nível municipal:

Tabela 8 – Objetos de compra mais adquiridos nas campanhas eleitorais 2018/2020

| <b>Tipo de despesa</b>                             | <b>2018 (R\$ de 2020)</b> | <b>2020 (R\$ de 2020)</b> | <b>Soma dos anos</b>    | <b>Representatividade (%)</b> |
|----------------------------------------------------|---------------------------|---------------------------|-------------------------|-------------------------------|
| Publicidade por materiais impressos                | 643.022.449,95            | 712.905.293,85            | 1.355.927.743,80        | 20,48%                        |
| Serviços prestados por terceiros                   | 464.543.779,06            | 750.673.091,78            | 1.215.216.870,84        | 18,36%                        |
| Despesas com pessoal                               | 448.887.492,56            | 292.584.494,89            | 741.471.987,45          | 11,20%                        |
| Produção de programas de rádio, televisão ou vídeo | 361.736.735,69            | 307.301.824,96            | 669.038.560,65          | 10,11%                        |
| Atividades de militância e mobilização de rua      | 336.864.864,17            | 289.515.423,35            | 626.380.287,52          | 9,46%                         |
| Publicidade por adesivos                           | 199.297.705,15            | 255.982.868,70            | 455.280.573,85          | 6,88%                         |
| Combustíveis e lubrificantes                       | 118.707.490,92            | 119.720.484,06            | 238.427.974,98          | 3,60%                         |
| Cessão ou locação de veículos                      | 128.661.136,63            | 83.150.819,49             | 211.811.956,12          | 3,20%                         |
| Despesa com Impulsioneamento de Conteúdos          | 83.861.984,05             | 107.880.948,17            | 191.742.932,22          | 2,90%                         |
| Diversas a especificar                             | 59.384.912,30             | 120.131.820,72            | 179.516.733,02          | 2,71%                         |
| Produção de jingles, vinhetas e slogans            | 24.455.616,12             | 66.599.899,14             | 91.055.515,26           | 1,38%                         |
| Pesquisas ou testes eleitorais                     | 42.993.266,24             | 38.821.481,09             | 81.814.747,33           | 1,24%                         |
| Locação/cessão de bens imóveis                     | 31.654.435,04             | 34.560.541,69             | 66.214.976,73           | 1,00%                         |
| <b>Totais das despesas</b>                         | <b>2.944.071.867,88</b>   | <b>3.179.828.991,89</b>   | <b>6.123.900.859,77</b> | <b>92,51%</b>                 |

Fonte: Elaboração própria a partir de BRASIL (2018; 2020). Despesas eleitorais. Observação: Valores de 2018 corrigidos pelo IPCA para 10/2020.

Destaca-se, sobre os dados apresentados, que no ano de 2020 as despesas de serviços advocatícios e contábeis foram desaglutinadas da rubrica Serviços prestados por terceiros. Porém, para manutenção do padrão anterior, ambas foram somadas para compor uma conta única. Ademais, a conta Diversas a especificar, a qual soma 2,71% dos gastos em ambos os períodos é uma rubrica para lançamento de outras despesas que não àquelas identificáveis pela nomenclatura da conta. Pois bem, foram detalhadas no quadro anterior as 13 maiores despesas dos partidos políticos em anos eleitorais, as quais representam 92,51% das despesas em ambos os períodos.

A título de curiosidade, as rubricas que tiveram maiores alterações de um ano eleitoral para o outro estão destacadas na Tabela 9:

Tabela 9 – Alterações nos objetos de compra se comparadas as campanhas eleitorais 2018/2020

| Tipo de despesa                                                  | 2018 (R\$ de 2020) | 2020 (R\$ de 2020) | Diferença (R\$ de 2020) | Diferença (%) |
|------------------------------------------------------------------|--------------------|--------------------|-------------------------|---------------|
| Produção de jingles, vinhetas e slogans                          | 24.455.616,12      | 66.599.899,14      | 42.144.283,02           | 172,33%       |
| Encargos financeiros, taxas bancárias e/ou op. cartão de crédito | 4.931.686,74       | 10.925.084,56      | 5.993.397,82            | 121,53%       |
| Multas eleitorais                                                | 196.436,22         | 433.987,31         | 237.551,09              | 120,93%       |
| Diversas a especificar                                           | 59.384.912,30      | 120.131.820,72     | 60.746.908,42           | 102,29%       |
| Comícios                                                         | 7.273.457,88       | 12.943.393,89      | 5.669.936,01            | 77,95%        |
| Publicidade por carros de som                                    | 16.469.241,46      | 29.052.898,72      | 12.583.657,26           | 76,41%        |
| Serviços prestados por terceiros                                 | 464.543.779,06     | 750.673.091,78     | 286.129.312,72          | 61,59%        |
| Pré-instalação física de comitê de campanha                      | 2.770.363,71       | 3.954.559,24       | 1.184.195,53            | 42,75%        |
| Materiais de expediente                                          | 5.356.016,03       | 7.088.492,55       | 1.732.476,52            | 32,35%        |
| Despesa com Impulsionamento de Conteúdos                         | 83.861.984,05      | 107.880.948,17     | 24.018.964,12           | 28,64%        |
| Publicidade por adesivos                                         | 199.297.705,15     | 255.982.868,70     | 56.685.163,55           | 28,44%        |
| Impostos, contribuições e taxas                                  | 979.535,33         | 1.159.559,04       | 180.023,71              | 18,38%        |
| Água                                                             | 2.026.838,34       | 2.325.811,09       | 298.972,75              | 14,75%        |
| Publicidade por materiais impressos                              | 643.022.449,95     | 712.905.293,85     | 69.882.843,90           | 10,87%        |
| Locação/cessão de bens imóveis                                   | 31.654.435,04      | 34.560.541,69      | 2.906.106,65            | 9,18%         |
| Combustíveis e lubrificantes                                     | 118.707.490,92     | 119.720.484,06     | 1.012.993,14            | 0,85%         |
| Despesa com geradores de energia                                 | -                  | 442.378,02         | 442.378,02              | -             |
| Aquisição/Doação de bens móveis ou imóveis                       | 823.995,35         | 777.776,52         | -46.218,83              | -5,61%        |
| Publicidade por jornais e revistas                               | 33.306.839,77      | 31.009.848,72      | -2.296.991,05           | -6,90%        |
| Energia elétrica                                                 | 697.177,33         | 638.845,50         | -58.331,83              | -8,37%        |
| Pesquisas ou testes eleitorais                                   | 42.993.266,24      | 38.821.481,09      | -4.171.785,15           | -9,70%        |
| Criação e inclusão de páginas na internet                        | 25.571.686,04      | 22.296.847,96      | -3.274.838,08           | -12,81%       |
| Atividades de militância e mobilização de rua                    | 336.864.864,17     | 289.515.423,35     | -47.349.440,82          | -14,06%       |
| Eventos de promoção da candidatura                               | 16.971.580,26      | 14.511.344,05      | -2.460.236,21           | -14,50%       |
| Produção de programas de rádio, televisão ou vídeo               | 361.736.735,69     | 307.301.824,96     | -54.434.910,73          | -15,05%       |
| Locação/cessão de bens móveis (exceto veículos)                  | 20.646.359,04      | 16.186.298,69      | -4.460.060,35           | -21,60%       |
| Alimentação                                                      | 20.983.500,85      | 16.372.787,47      | -4.610.713,38           | -21,97%       |
| Encargos sociais                                                 | 661.631,23         | 476.817,92         | -184.813,31             | -27,93%       |
| Taxa de Administração de Financiamento Coletivo                  | 1.561.112,05       | 1.073.395,05       | -487.717,00             | -31,24%       |
| Despesas com pessoal                                             | 448.887.492,56     | 292.584.494,89     | -156.302.997,67         | -34,82%       |

| Tipo de despesa                               | 2018 (R\$ de 2020) | 2020 (R\$ de 2020) | Diferença (R\$ de 2020) | Diferença (%) |
|-----------------------------------------------|--------------------|--------------------|-------------------------|---------------|
| Cessão ou locação de veículos                 | 128.661.136,63     | 83.150.819,49      | -45.510.317,14          | -35,37%       |
| Reembolsos de gastos realizados por eleitores | 162.829,90         | 94.982,35          | -67.847,55              | -41,67%       |
| Serviços próprios prestados por terceiros     | 34.386.585,32      | 15.908.939,47      | -18.477.645,85          | -53,74%       |
| Correspondências e despesas postais           | 34.105.695,70      | 12.030.935,41      | -22.074.760,29          | -64,72%       |
| Telefone                                      | 563.777,25         | 176.313,20         | -387.464,05             | -68,73%       |
| Despesas com Hospedagem                       | 3.688.876,13       | 1.029.268,42       | -2.659.607,71           | -72,10%       |
| Despesas com transporte ou deslocamento       | 48.364.692,20      | 9.508.602,61       | -38.856.089,59          | -80,34%       |
| Passagem Aérea                                | 2.747.954,01       | 83.555,15          | -2.664.398,86           | -96,96%       |

Fonte: Elaboração própria a partir de BRASIL (2018; 2020). Despesas eleitorais. Observação: Valores de 2018 corrigidos pelo IPCA para 10/2020.

Muitas dessas diferenças se justificam e se relacionam ao tipo de eleição, sendo em 2018 realizadas as eleições federais/estaduais para os cargos de Presidente, Senador, Governador e Deputados Federais/Estaduais. Já em 2020 as eleições foram realizadas para os cargos da esfera municipal, sendo eleitos Prefeitos e Vereadores.

Para o tópico seguinte, retomar-se-á a formatação de distribuição do Fundo Eleitoral e Fundo Especial de Financiamento de Campanhas – FEFC. Ademais, será exemplificado quais os partidos políticos que mais recebem determinados recursos.

## 5.2 COMPOSIÇÃO E DISTRIBUIÇÃO DOS RECURSOS ENTRE OS PARTIDOS

Observado o cenário financeiro anterior e a metodologia de distribuição dos recursos do Fundo Eleitoral e do Fundo Especial de Financiamento de Campanhas, conforme já mencionado no item 4.3 dessa monografia, nota-se que a maioria dos recursos são distribuídos aos partidos políticos considerando a proporção de votos obtidos em eleições anteriores, bem como a proporcionalidade de cadeiras conquistadas nesses pleitos.

Sendo assim, destacam-se na tabela a seguir a distribuição dos recursos para financiamento de suas campanhas eleitorais por partido:

Tabela 10 - Distribuição dos recursos para financiamento de suas campanhas eleitorais por partido 2018/2020 (R\$ de 2020)

| Partido | Entrada de recursos privados (2018) | Entrada de recursos públicos (2018) | Entrada de recursos total (2018) | Entrada de recursos privados (2020) | Entrada de recursos públicos (2020)) | Entrada de recursos total (2020) |
|---------|-------------------------------------|-------------------------------------|----------------------------------|-------------------------------------|--------------------------------------|----------------------------------|
| MDB     | 146.221.434,78                      | 267.496.743,78                      | 413.718.178,55                   | 189.328.128,47                      | 150.582.072,38                       | 339.910.200,85                   |

| Partido        | Entrada de recursos privados (2018) | Entrada de recursos públicos (2018) | Entrada de recursos total (2018) | Entrada de recursos privados (2020) | Entrada de recursos públicos (2020) | Entrada de recursos total (2020) |
|----------------|-------------------------------------|-------------------------------------|----------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|----------------------------------|
| PSD            | 69.817.730,73                       | 136.667.144,32                      | 206.484.875,04                   | 159.454.818,61                      | 154.733.690,75                      | 314.188.509,36                   |
| PSDB           | 121.171.912,39                      | 230.496.914,75                      | 351.668.827,15                   | 153.520.359,99                      | 137.876.042,84                      | 291.396.402,83                   |
| PT             | 66.515.685,20                       | 233.268.390,65                      | 299.784.075,84                   | 77.715.192,25                       | 203.886.178,01                      | 281.601.370,26                   |
| PP             | 42.954.407,05                       | 210.825.696,84                      | 253.780.103,89                   | 127.680.382,54                      | 148.713.989,74                      | 276.394.372,28                   |
| DEM            | 71.735.305,33                       | 112.905.444,86                      | 184.640.750,20                   | 131.769.097,62                      | 130.987.370,31                      | 262.756.467,93                   |
| PSL            | 46.705.838,42                       | 11.493.129,61                       | 58.198.968,04                    | 40.130.597,38                       | 200.852.423,61                      | 240.983.020,99                   |
| PL             | 28.947.482,21                       | 228.046.309,90                      | 256.993.792,11                   | 74.382.755,09                       | 139.883.566,15                      | 214.266.321,24                   |
| PSB            | 65.698.577,39                       | 135.447.384,04                      | 201.145.961,43                   | 80.861.554,50                       | 119.068.269,14                      | 199.929.823,64                   |
| PDT            | 59.061.878,07                       | 69.301.834,68                       | 128.363.712,76                   | 85.620.678,78                       | 111.390.192,91                      | 197.010.871,69                   |
| REPUBLICA-NOS  | 28.968.858,19                       | 175.521.129,33                      | 204.489.987,52                   | 72.659.083,27                       | 108.573.548,71                      | 181.232.631,98                   |
| PODE           | 55.372.396,70                       | 64.088.277,70                       | 119.460.674,40                   | 57.451.030,46                       | 90.064.586,68                       | 147.515.617,14                   |
| PTB            | 28.072.006,51                       | 71.039.900,74                       | 99.111.907,25                    | 64.510.968,52                       | 46.903.285,50                       | 111.414.254,02                   |
| CIDADANIA      | 25.055.892,87                       | 31.485.020,75                       | 56.540.913,61                    | 58.234.702,18                       | 36.605.005,89                       | 94.839.708,07                    |
| SOLIDARIE-DADE | 29.227.911,81                       | 49.145.661,03                       | 78.373.572,83                    | 41.800.895,18                       | 47.113.451,03                       | 88.914.346,21                    |
| PSC            | 22.191.410,69                       | 42.367.145,42                       | 64.558.556,11                    | 52.281.039,04                       | 35.163.829,81                       | 87.444.868,85                    |
| PATRIOTA       | 23.750.612,10                       | 20.816.020,36                       | 44.566.632,45                    | 34.220.875,41                       | 41.529.886,91                       | 75.750.762,32                    |
| PROS           | 21.212.964,85                       | 45.476.594,88                       | 66.689.559,74                    | 31.537.255,97                       | 40.300.289,40                       | 71.837.545,37                    |
| AVANTE         | 12.505.394,05                       | 16.059.593,67                       | 28.564.987,72                    | 32.477.223,11                       | 33.330.874,96                       | 65.808.098,07                    |
| PC do B        | 20.700.823,43                       | 36.644.576,08                       | 57.345.399,51                    | 23.522.463,97                       | 32.949.871,68                       | 56.472.335,65                    |
| PSOL           | 10.974.260,27                       | 23.449.674,85                       | 34.423.935,12                    | 13.211.811,23                       | 41.494.250,03                       | 54.706.061,26                    |
| PV             | 26.544.106,82                       | 29.808.828,63                       | 56.352.935,45                    | 25.927.019,25                       | 20.998.698,53                       | 46.925.717,78                    |
| REDE           | 13.151.010,15                       | 12.719.102,22                       | 25.870.112,37                    | 8.402.866,27                        | 28.489.845,61                       | 36.892.711,88                    |
| NOVO           | 46.650.589,90                       | 0,00                                | 46.650.589,90                    | 26.168.649,33                       | 157.858,04                          | 26.326.507,37                    |
| PRTB           | 11.343.726,21                       | 4.305.672,97                        | 15.649.399,18                    | 20.111.052,33                       | 0,00                                | 20.111.052,33                    |
| PTC            | 8.852.142,34                        | 7.651.307,19                        | 16.503.449,53                    | 9.545.308,83                        | 10.140.328,53                       | 19.685.637,36                    |
| DC             | 8.372.261,92                        | 4.558.431,28                        | 12.930.693,21                    | 9.600.623,22                        | 4.058.024,95                        | 13.658.648,17                    |
| PMN            | 8.511.649,72                        | 6.923.701,68                        | 15.435.351,40                    | 7.280.297,82                        | 5.884.254,14                        | 13.164.551,96                    |
| PMB            | 3.504.801,96                        | 1.142.308,69                        | 4.647.110,65                     | 3.346.438,82                        | 1.234.852,24                        | 4.581.291,06                     |
| UP             | 0,00                                | 0,00                                | 0,00                             | 453.504,91                          | 1.238.305,95                        | 1.691.810,86                     |
| PSTU           | 658.194,37                          | 1.060.367,86                        | 1.718.562,23                     | 278.804,28                          | 1.233.375,95                        | 1.512.180,23                     |
| PCB            | 112.064,33                          | 1.049.653,79                        | 1.161.718,12                     | 126.545,29                          | 1.233.305,95                        | 1.359.851,24                     |
| PCO            | 15.840,74                           | 1.049.653,79                        | 1.065.494,53                     | 0,00                                | 1.233.305,95                        | 1.233.305,95                     |
| Totais         | 1.124.579.171,49                    | 2.282.311.616,34                    | 3.406.890.787,83                 | 1.713.612.023,92                    | 2.127.904.832,28                    | 3.841.516.856,20                 |

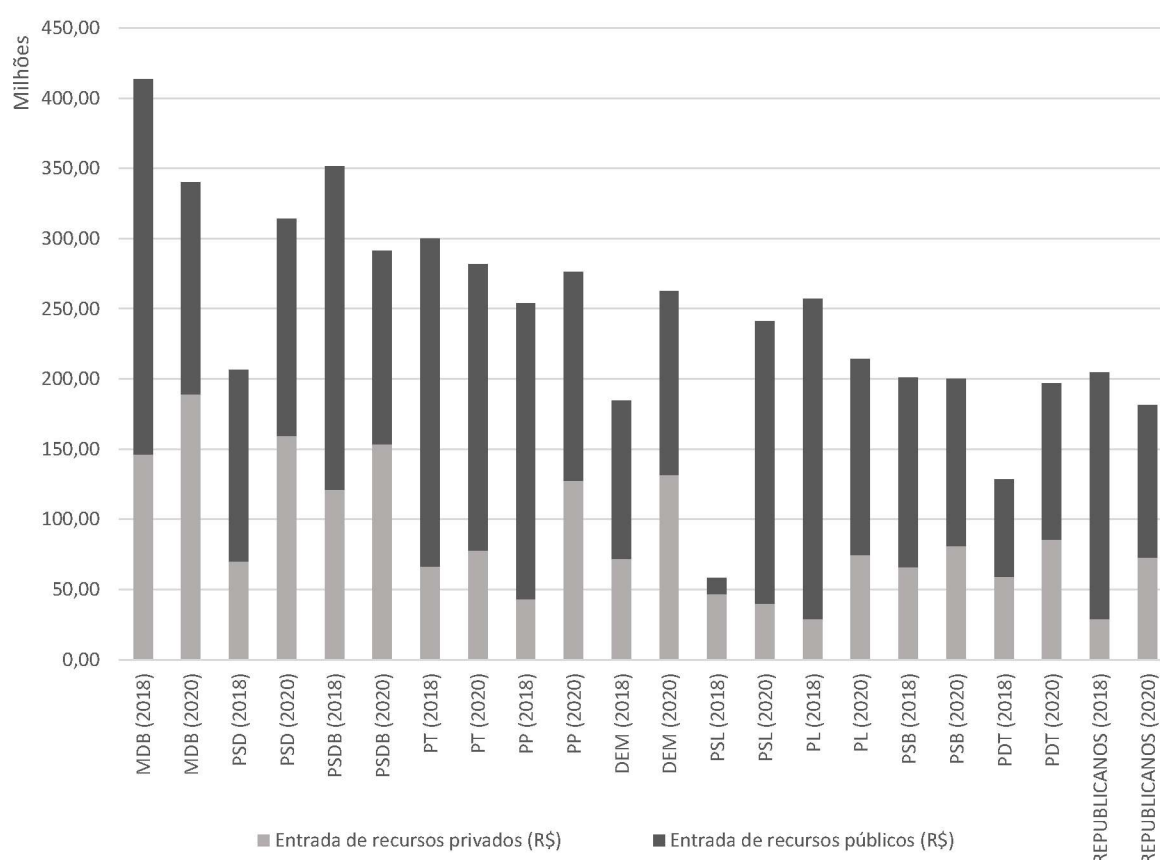
Fonte: Elaboração própria a partir de BRASIL (2018; 2020). Distribuição das receitas eleitorais por partido político. Observação: Valores de 2018 corrigidos pelo IPCA para 10/2020.

Sobre os dados anteriores, verifica-se que dos 33 partidos políticos ativos hoje no Brasil, 11 deles concentram mais de 70% dos recursos públicos destinados às campanhas eleitorais. Os outros 22 partidos ficaram com 24,50% dos recursos públicos em 2020 e 20,63% em 2018, o que reforça a concentração da distribuição dos recursos, haja vista a metodologia utilizada e citada no Quadro 2. A maior parte dos recursos é distribuído considerando a quantidade de candidatos eleitos desses

partidos na Câmara Legislativa Federal e no Senado, bem como a quantidade de votos recebidos pelos mesmos, no caso da Câmara dos Deputados.

Ademais, adiante pode-se analisar de forma gráfica os 11 partidos que recebem mais recursos públicos. Também foram adicionados no gráfico a seguir os recursos privados recebidos pelos partidos, a fim de que se possa observar a proporcionalidade de ambos os recursos para cada ano eleitoral por partido:

Gráfico 1 - Recursos públicos e privados recebidos pelos partidos políticos 2018/2020 (R\$ de 2020)



Fonte: Elaboração própria a partir de BRASIL (2018; 2020). Distribuição das receitas eleitorais por partido político. Observação: Valores de 2018 corrigidos pelo IPCA para 10/2020.

Observa-se que por mais que os ordenamentos citados, como prerrogativa, tentem priorizar uma maior distribuição dos recursos, a fim de aumentar a democratização do ato eleitoral, as somas continuam sendo direcionadas para partidos com maior representação nas bancadas da Câmara de Deputados e Senado Federal. Outra questão muito importante a se notar é a quantidade de partidos existentes.

Cabe destacar que para as análises foram consideradas as trocas de nomes dos partidos e algumas incorporações entre eles, situações ocorridas entre as eleições de 2018 e 2020.<sup>1</sup>

Agora, com base em todos os dados apresentados, serão efetuadas algumas análises de dados mais qualitativas nos próximos tópicos, visando principalmente identificar as mudanças de comportamento nos pleitos eleitorais após a implementação do Fundo Especial de Financiamento de Campanha – FEFC. Para tanto, verificar-se-á uma relação dos gastos públicos realizados por eleitor, tentando comparar com outras democracias; também serão observados se houve aumento de candidaturas por gênero, cor/raça e outros, bem como averiguar o comportamento de novas candidaturas comparando com recandidaturas; e, por fim, comparar-se-á o FEFC com outros investimentos em políticas públicas no Brasil, assim como a representatividade do FEFC perante o orçamento público federal.

### 5.3 GASTO PÚBLICO POR ELEITOR

Após observar o tópico 6.1.2, o qual contempla a composição das despesas nos dois anos eleitorais, ou seja, 2018 e 2020, a qual foi subdividida por gastos pagos com recursos públicos ou gastos pagos com recursos privados, realizar-se-á um exercício de análise focado apenas nos recursos públicos, dividindo-o pela quantidade de eleitores aptos a votar. Assim obtém-se:

---

<sup>1</sup> Para as incorporações os montantes de recebimentos foram somados em um dos anos, com intuito de padronizar as nomenclaturas para 2020. Quanto as trocas de nomes, apenas foram consideradas as alterações de nomenclatura, não influenciando nos números em si. Para as incorporações temos:

PHS - Partido Humanista da Solidariedade + PODE – Podemos

PRP - Partido Republicano Progressista + PATRIOTA – Patriota

PPL - Partido Pátria Livre + PC do B – Partido Comunista do Brasil

Já as alterações de nomes ocorreram nos partidos:

PR – Partido da República > PL – Partido Liberal

PRB - Partido Republicano Brasileiro > REPUBLICANOS – Republicanos

PPS - Partido Popular Socialista > CIDADANIA - Cidadania

Tabela 11 - Montante de gastos por eleitor brasileiro 2018/2020 (R\$ de 2020)

| <b>Recursos Públicos</b> | <b>Montante (R\$)</b>   | <b>Eleitores aptos a votar</b> | <b>Montante gasto por eleitor (R\$)</b> |
|--------------------------|-------------------------|--------------------------------|-----------------------------------------|
| FEFC 2018                | 2.241.672.993,92        | 147.306.275                    | -                                       |
| Fundo partidário 2018    | 835.232.634,96          |                                |                                         |
| <b>Total 2018</b>        | <b>3.076.905.628,88</b> | <b>147.306.275</b>             | <b>20,89</b>                            |
| FEFC 2020                | 2.032.051.937,33        | 147.918.483                    | -                                       |
| Fundo partidário 2020    | 836.940.341,84          |                                |                                         |
| <b>Total 2020</b>        | <b>2.868.992.279,17</b> | <b>147.918.483</b>             | <b>19,40</b>                            |

Fonte: Elaboração própria a partir de BRASIL (2018; 2020). Despesas eleitorais. Observação: Valores de 2018 corrigidos pelo IPCA para 10/2020.

Foi possível observar na tabela anterior que os gastos por eleitor para cobrir as despesas com partidos políticos foram de R\$ 20,89 em 2018 e R\$ 19,40 em 2020. Aliás, considerando os dados apresentados, vê-se que houve um decréscimo de recursos para pagamento de despesas eleitorais em 2020, representando percentualmente, aproximadamente 7,13%.

Visto no item 3.5 que diversas outras democracias se utilizam de financiamento público para atingir seus objetivos democráticos, tem-se que na Alemanha, por exemplo, o Estado subsidia aos partidos no nível federal anualmente € 0,83 Euros para cada voto que o partido tenha recebido em sua lista para as eleições nacionais ou europeias. Também é recebido € 0,83 Euros para cada voto que o partido receba em distrito de um estado em que o partido não tenha apresentado lista. Por fim, os partidos recebem € 0,45 Euros para cada euro que o partido tenha recebido por doação de filiados, de portadores de mandato ou doações regulares, até o limite por pessoa física de € 3.300,00 (ALEMANHA, 1967 e suas alterações).

Fazendo uma analogia direta e rudimentar sobre o tema, utilizando a taxa de câmbio de 30/10/2020, cujo valor de € 1,00 correspondia a R\$ 6,7211 (BACEN, 2021), e utilizando dados da economia alemã, obtém-se que o Brasil gasta quase o mesmo montante por eleitor, como pode ser observado na tabela que segue:

Tabela 12 - Montante de gastos por eleitor alemão 2018/2020

| <b>Recursos Públicos</b> | <b>Montante em Euro (€)</b> | <b>Montante (R\$)</b> | <b>Quant. aproximada de eleitores alemães</b> | <b>Montante em reais gastos por eleitor alemão (R\$)</b> |
|--------------------------|-----------------------------|-----------------------|-----------------------------------------------|----------------------------------------------------------|
| 2018                     | 190.000.000,00              | 1.366.808.911,38      | 61,4 milhões                                  | 20,80                                                    |
| 2020                     | 197.482.200,00              | 1.327.297.614,42      | 61,4 milhões                                  | 21,62                                                    |

Fonte: Elaboração própria a partir de Deutschen Bundestags (2018; 2020) e site Statista (2018; 2020). (<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/3936/umfrage/wahlberechtigte-fuer-die-bundestagswahl-im-jahr-2009/>). Despesas eleitorais e eleitores aptos a votar. Acesso em 24/11/2021.

Por fim, no exercício de comparação preferiu-se utilizar o exemplo da Alemanha, pois a formatação da lei que estipula a distribuição dos recursos nesse país é mais clara quanto à forma de distribuição dos recursos, realizada quase que integralmente considerando os votos recebidos pelos candidatos por partido político.

#### 5.4 CANDIDATURAS POR GÊNERO, COR/RAÇA E OUTRAS

Esse tópico visa analisar o histórico por gênero, cor/raça e outras minorias disputando as corridas eleitorais, comparando principalmente com os anos de 2018 e 2020, a fim de verificar se as condições para democratização das candidaturas tiveram algum salto positivo. Também se busca comparar as candidaturas novas com as recandidaturas, com objetivo de analisar a dimensão da renovação nos pleitos, bem como das cadeiras de poder pelo país.

Com relação a gênero, foi implementada a política de apoio a candidaturas femininas, por meio da Lei nº 12.034/2009:

§ 3º Do número de vagas resultante das regras previstas neste artigo, cada partido ou coligação preencherá o mínimo de 30% (trinta por cento) e o máximo de 70% (setenta por cento) para candidaturas de cada sexo. (BRASIL, 2009, não p.)

Apesar de representar um avanço em relação à equidade de gênero no campo democrático, não houve grande aumento em candidaturas femininas se comparado anos posteriores a sua promulgação ao ano de 2010, conforme a tabela a seguir, cujos dados foram divulgados pelo Tribunal Superior Eleitoral para os primeiros turnos das eleições:

Tabela 13 - Percentual de candidaturas femininas na política a partir de 2010 (1º turno).

| <b>Ano</b> | <b>Percentual de candidatas mulheres (%)</b> | <b>% de acréscimo em relação as candidaturas de 2012 (mulheres)</b> | <b>Percentual de candidatos homens</b> |
|------------|----------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|----------------------------------------|
| 2010       | 20,3                                         | -                                                                   | 79,7                                   |
| 2012       | 31,3                                         | -                                                                   | 68,7                                   |
| 2014       | 31,1                                         | -0,64%                                                              | 68,9                                   |
| 2016       | 31,9                                         | 1,92%                                                               | 68,1                                   |
| 2018       | 31,6                                         | 0,96%                                                               | 68,4                                   |
| 2020       | 33,6                                         | 7,35%                                                               | 66,4                                   |

Fonte: Elaboração própria a partir de BRASIL (2010 a 2020). Percentual de candidaturas femininas.

Observa-se que apesar da promulgação da lei em 2009, apenas em 2012 conseguiu-se alcançar os patamares exigidos em tal normativo. Além disso, comparando todos os anos com 2012, quando se conseguiu atingir as metas impostas pela lei, apenas em 2020 houve potencial aumento das candidaturas femininas, cujo percentual aumentou em 7,35%. Adicionalmente, fazendo uma analogia da população feminina residente no país com a representatividade das mulheres na política, tem-se uma média de 31,9% de candidaturas femininas a partir de 2012, enquanto que as mulheres representam 52% da população brasileira, conforme dados apresentados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2020). Quando observado o número de mulheres eleitas, esse número cai drasticamente, sendo nas eleições de 2020 representado por mulheres 16,1% dos postos disponíveis e menor ainda em 2016, cujo índice foi de 13,5%.

Além disso, há casos já identificados de falsidade de candidaturas de mulheres em alguns anos eleitorais, chamadas vulgarmente de candidaturas laranja, as quais têm como intuito apenas atingir o percentual de 30% imposto pela lei. Como exemplo da matéria publicada no site da Veja em 06/11/2020:

VEJA ouviu onze candidatas à Câmara carioca que, acolhidas com a promessa de receber recursos para pôr a campanha na rua e sem nunca ter visto um centavo sequer, decidiram falar: “Estamos sendo usadas. Somos laranjas”. (VEJA, 2020, não p.)

Quanto à cor e raça já se observa um quadro mais equânime entre as candidaturas, conforme os dados apresentados a seguir:

Tabela 14 - Percentual de candidaturas por cor/raça (1º turno).

| Ano  | Percentual de candidatos pardos/pretos (R\$) | Percentual de acréscimo em relação as candidaturas de 2014 (%) | Percentual de candidatos brancos (%) | Percentual de acréscimo em relação as candidaturas de 2014 (%) |
|------|----------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|--------------------------------------|----------------------------------------------------------------|
| 2010 | -                                            | -                                                              | -                                    | -                                                              |
| 2012 | -                                            | -                                                              | -                                    | -                                                              |
| 2014 | 44,26                                        | -                                                              | 54,96                                | -                                                              |
| 2016 | 47,76                                        | 7,91%                                                          | 51,45                                | -6,39%                                                         |
| 2018 | 46,56                                        | 5,20%                                                          | 52,4                                 | -4,66%                                                         |
| 2020 | 50,05                                        | 13,08%                                                         | 48,07                                | -12,54%                                                        |

Fonte: Elaboração própria a partir de BRASIL (2014 a 2020). Percentual de candidaturas por raça/cor.

Para os anos com tais informações disponíveis no banco de dados do TSE, ou seja, a partir de 2014, verifica-se que houve 47,16% de candidatos autodeclarados pardos ou pretos, enquanto que candidatos autodeclarados brancos tiveram uma média de 51,72% para os anos em questão. Comparando com a população residente no país, há uma média nesse período de 55% de pessoas autodeclaradas negras ou pardas. Já autodeclarados brancos tem-se 44% da população.

Conforme matéria jornalística do próprio TSE, apesar dos dados apresentados, ainda há sub-representação de negros e pardos eleitos na política, considerando a eleição de 2020, conforme apresentado a seguir:

Mais de 40% dos candidatos negros (pretos e pardos) das Eleições Municipais de 2020 foram eleitos, sendo 1.730 para o cargo de prefeito. No segundo turno, a ser disputado no dia 29 de novembro, 32 candidatos negros concorrem a uma vaga nas Prefeituras. Já para o cargo de vereador, foram eleitos 25.960 candidatos negros, cerca de 10% do número total de candidaturas registradas. Em 283 municípios, 100% da Câmara municipal foi preenchida por candidatos declarados pretos ou pardos. O aumento demonstrado nas Eleições 2020 vai ao encontro da decisão tomada pelo Tribunal Superior Eleitoral no dia 25 de agosto deste ano em favor da valorização das candidaturas de cidadãos da população negra. Ainda há, porém, sub-representação. Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), 56,2% dos brasileiros são negros. (TSE, 2020, não p.)

No quesito novas candidaturas e recandidaturas, buscou-se observar a porcentagem de renovação dos candidatos as vagas eletivas disponíveis, haja vista que um dos pressupostos do Fundo Especial de Financiamento de Campanha é possibilitar o acesso ao pleito:

Tabela 15 - Representatividade dos candidatos novos e à reeleição (1º turno).

| Ano  | Candidatos aptos | Candidatos à reeleição | Representatividade dos candidatos à reeleição (%) | Candidatos novos | Representatividade dos candidatos novos (%) |
|------|------------------|------------------------|---------------------------------------------------|------------------|---------------------------------------------|
| 2014 | 21.977           | 974                    | 4,43%                                             | 21.003           | 95,57%                                      |
| 2018 | 26.064           | 1.346                  | 5,16%                                             | 24.718           | 94,84%                                      |
| 2016 | 468.993          | 48.087                 | 10,25%                                            | 420.906          | 89,75%                                      |
| 2020 | 531.782          | 24.018                 | 4,52%                                             | 507.764          | 95,48%                                      |

Fonte: Elaboração própria a partir de BRASIL (2014 a 2020). Quantidade de candidatos aptos em primeira candidatura e candidatos aptos para reeleição.

Para ser possível realizar a comparação na tabela anterior, tem-se que observar as eleições de mesmo tipo, ou seja, 2014 e 2018 foram eleições aos cargos estaduais e federais. Já em 2016 e 2020 realizou-se a definição dos representantes a nível municipal. Observa-se então que 2018 houve mais candidatos à reeleição que 2014, quando o FEFC estava implementado. Já em 2020 houve uma melhora significativa de candidaturas novas, aumentando em quase 6% essa estatística. Inexiste esse dado disponível nas bases de dados do TSE para outros anos, sendo assim, para se obter uma melhor investigação dessa conjuntura, seriam necessários mais pleitos, principalmente após 2018 quando houve a implementação do FEFC.

Segundo o site da Câmara, em 2018 houve uma renovação política de 47,3% na Câmara dos Deputados. Tal índice de renovação foi o maior desde a redemocratização do país, ocorrida em 1986. Nesse ínterim, foram eleitos 243 deputados novos e reeleitos 251 deputados, de um total de 444 candidatos à reeleição. (AGÊNCIA CÂMARA DE NOTÍCIAS, 2018, não p.)

Segundo o analista político Antônio Augusto de Queiroz, diretor de documentação do Departamento Intersindical de Assessoria Parlamentar (Diap), o índice de renovação foi surpreendente em função do crescimento de partidos como PSL, do candidato à Presidência Jair Bolsonaro, e PRB. “Esperava-se uma renovação dentro da margem histórica.

Queiroz acredita porém, que a renovação na Casa é, na verdade, uma circulação no poder de parlamentares com mandato estadual vindo para a Câmara. “Os poucos espaços que serão ocupados por quem nunca exerceu cargo público têm quatro origens: os linha-dura, os parentes de oligarquias nos estados, as lideranças evangélicas e as celebridades”, disse. (AGÊNCIA CÂMARA DE NOTÍCIAS, 2018, não p.)

Já em relação à comunidade LGBTIQIA+, são pouquíssimas as cadeiras de poder que são ocupadas por seus representantes. Conforme matéria do meio de

comunicação Carta Capital, em 2020 foram eleitos no país todo apenas 30 vereadores, um aumento até considerável haja vista o ano de 2016, quando apenas 8 candidatos foram eleitos (CARTA CAPITAL, 2021, não p.).

Tão logo, considerando todos os aspectos apresentados, vê-se que há brechas para a diversificação da política brasileira, permitindo uma melhor representatividade da população brasileira na esfera política e, percebe-se que essas mudanças necessitam de um longo prazo para ocorrer.

Para finalizar as comparações realizadas, no tópico a seguir será apresentada a representatividade do FEFC no orçamento público federal e realizar-se-á um exercício o comparando com outras políticas públicas adotadas pelo Governo Federal.

## 5.5 REPRESENTATIVIDADE DO FEFC NO ORÇAMENTO PÚBLICO FEDERAL

Voltando aos objetivos dessa monografia, reitera-se o contexto da política fiscal, no qual sempre são analisados a efetividade da gestão orçamentária, financeira e patrimonial nos órgãos e entidades da administração direta e indireta, bem como das entidades de direito privado que se utilizam de recursos públicos, como é o caso dos partidos políticos. Essa preocupação origina-se do ajuste fiscal das contas públicas e cortes de gastos, bem como das constantes oscilações do sistema capitalista, o qual requer que os gastos públicos sejam bem empregados para o bem geral de toda a população, evitando por si o aumento do endividamento público.

Destaca-se que o superávit ou déficit público é determinado pelo total de arrecadação e outras receitas em comparação aos gastos públicos, sendo esse último a soma dos gastos diretos do governo e transferências de recursos. O financiamento das campanhas eleitorais se enquadra na definição de transferências de recursos. Para tanto, verifica-se a seguir qual o impacto percentual do Fundo Partidário e do Fundo Especial de Financiamento de Campanha no orçamento público federal:

Tabela 16 - Representatividade dos fundos em relação ao orçamento da despesa federal (R\$)

| Recursos Públicos     | Montante (R\$)          | Orçamento da despesa federal (R\$) | Representatividade dos fundos em relação ao orçamento (R\$) |
|-----------------------|-------------------------|------------------------------------|-------------------------------------------------------------|
| FEFC 2018             | 2.241.672.993,92        | 3.459.694.695.823,41               | 0,060537%                                                   |
| Fundo partidário 2018 | 835.232.634,96          |                                    | 0,022556%                                                   |
| <b>Total 2018</b>     | <b>3.076.905.628,88</b> |                                    | <b>0,083093%</b>                                            |
| FEFC 2020             | 2.032.051.937,33        | 3.459.694.695.823,41               | 0,049228%                                                   |
| Fundo partidário 2020 | 836.940.341,84          |                                    | 0,020275%                                                   |
| <b>Total 2020</b>     | <b>2.868.992.279,17</b> |                                    | <b>0,069503%</b>                                            |

Fonte: Elaboração própria a partir de BRASIL (2018; 2020). Despesas eleitorais (TSE) e Orçamento da despesa federal (Portal da Transparência). Observação: Valores de 2018 corrigidos pelo IPCA para 10/2020.

Ou seja, para os anos eleitorais de 2018 e 2020, ambos os fundos representaram aproximadamente 0,08% e 0,07%, respectivamente, do orçamento federal.

Além disso, a título de comparação, tem-se a seguir um exercício de confronto desses fundos com outros programas orçamentários orçados referentes às políticas públicas implementadas pelo Governo Federal:

Tabela 17 - Representatividade dos fundos em relação aos programas orçamentários (2018/2020)

| Nome do Programa Orçamentário                | Valor do orçamento 2018 (R\$) | Representatividade dos programas orçamentários em relação ao orçamento da despesa 2018 (%) | Valor do orçamento 2020 (R\$) | Representatividade dos programas orçamentários em relação ao orçamento da despesa 2020 (%) |
|----------------------------------------------|-------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|
| Previdência Social                           | 618.314.912.090,26            | 16,69776%                                                                                  | 654.195.878.062,00            | 15,84832%                                                                                  |
| Sistema Único de Assistência Social (SUAS)   | 61.554.847.893,45             | 1,66230%                                                                                   | 66.037.265.973,00             | 1,59980%                                                                                   |
| Educação                                     | 45.762.842.569,21             | 1,23584%                                                                                   | 28.543.940.393,00             | 0,69150%                                                                                   |
| Inclusão Social por meio do Bolsa Família    | 32.082.565.204,22             | 0,86640%                                                                                   | 344.017.826.413,00            | 8,33406%                                                                                   |
| Agropecuária Sustentável                     | 16.422.809.211,83             | 0,44350%                                                                                   | 16.721.115.236,93             | 0,40508%                                                                                   |
| Defesa Nacional                              | 14.109.946.113,60             | 0,38104%                                                                                   | 12.350.344.903,97             | 0,29920%                                                                                   |
| Moradia Digna                                | 5.088.831.508,03              | 0,13743%                                                                                   | 2.768.664.292,00              | 0,06707%                                                                                   |
| <b>FEFC + Fundo Partidário</b>               | <b>3.076.905.628,88</b>       | <b>0,08309%</b>                                                                            | <b>2.868.992.279,17</b>       | <b>0,06950%</b>                                                                            |
| Saneamento Básico                            | 1.707.471.224,40              | 0,04611%                                                                                   | 1.227.912.633,00              | 0,02975%                                                                                   |
| ...                                          | ...                           | ...                                                                                        | ...                           | ...                                                                                        |
| <b>Total do orçamento da despesa federal</b> | <b>3.702.982.156.681,06</b>   | <b>100,00000%</b>                                                                          | <b>4.127.855.664.613,85</b>   | <b>100,00000%</b>                                                                          |

Fonte: Elaboração própria a partir de BRASIL (2018; 2020). Orçamento da despesa federal por programa (Portal da Transparência). Observação: Valores de 2018 corrigidos pelo IPCA para 10/2020.

Finalizadas as análises quantitativas e qualitativas propostas nos objetivos desse trabalho, finaliza-se a monografia com a apresentação das considerações finais e sugestões para continuidade nos estudos e investigações sobre o tema.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A monografia apresentada teve como objetivo principal estudar o Fundo Especial de Financiamento de Campanha – FEFC, elucidando o entendimento sobre o seu funcionamento, quais são seus impactos no orçamento público, bem como levantar alguns resultados qualitativos dessa política pública. Como premissa, tal pesquisa também buscou embasar uma discussão mais fundamentada sobre o tema, haja vista as divergências de opiniões sobre o assunto.

Como objetivos específicos, buscou-se sumarizar o histórico de financiamento de campanhas no Brasil; comparar o financiamento de campanhas do Brasil com outras democracias; apresentar as finanças das campanhas eleitorais de 2018 e 2020; apresentar a metodologia de distribuição do financiamento de campanhas e apresentar o gasto público por eleitor. Também houve a preocupação de realizar uma análise qualitativa da evolução da diversificação das candidaturas após a implementação do FEFC e comparar o FEFC com outros dispêndios distributivos de renda do Governo Federal, a fim de observar a representatividade desse no orçamento público federal. Por fim, mas não menos importante, também foi apresentado um mecanismo complementar para financiamento de campanhas eleitorais.

Cumpridos todos os objetivos propostos, como resultados relevantes dessa pesquisa, destacam-se o histórico de financiamento de campanhas no Brasil, item no qual foi possível identificar as diversas alterações ocorridas no decorrer dos anos, inclusive sobre a implantação do Fundo Especial de Financiamento de Campanha – FEFC, o qual começou a ser aplicado nas eleições a partir de 2018.

Também se ressaltam as origens dos recursos para financiamento de campanhas políticas, os quais podem ser públicos ou privados, esse segundo advindo de pessoas físicas ou jurídicas. Aliás, é interessante observar que em outros países, a fim de limitar o poder financeiro, nos casos de doações de empresas, há limitações de valores e também de relacionamento com a máquina pública, a fim de que se tente evitar abusos de poder e permitir mais transparência ao jogo político.

Foi possível identificar que há outras formas de captação de recursos, o que pode ser benéfico para diminuir o uso de recursos públicos em tais atos democráticos, bem como, permitir um maior engajamento da sociedade nos partidos

políticos, conseqüentemente, melhorando a democratização da representatividade política.

Além do mais, pode-se observar o comportamento das receitas e despesas, bem como onde foram gastos os recursos distribuídos aos partidos políticos. Ademais, verificou-se que a metodologia de distribuição de recursos utilizada permite certa concentração de recursos em partidos políticos mais representados nas casas de poder.

Também foi interessante observar que comparado à Alemanha, é similar o montante de transferência pública de recursos por eleitor em terras brasileiras, proporcionalmente.

Quanto as análises qualitativas, observou-se que há espaço para uma maior diversificação de candidatos eleitos para assumir as principais cadeiras de poder no país, movimento que melhora a representatividade popular nas esferas federais, estaduais e municipais. Tal diversificação pode ser realizada em eleições futuras com uma melhor utilização dos recursos disponibilizados pelo FEFC.

Finalmente, também foi possível observar que as transferências de recursos aos partidos políticos e para a consecução das campanhas eleitorais têm pouca representatividade no orçamento da união, representando 0,083093% em 2018 e 0,069503% em 2020.

Com base em toda a exposição sobre o tema, como sugestões para continuidade nos estudos e investigações, poder-se-á realizar análises financeiras mais individualizadas, abrindo as despesas com as campanhas políticas por estado, municípios, partido político, candidato e também de mais longo prazo. Outro estudo possível é a comparação de candidatos eleitos e não eleitos, examinando se o uso dos fundos contribuiu positivamente para a conquista da candidatura. Por fim, seria interessante fazer uma avaliação dessa política pública, usando técnicas que buscassem responder se seus objetivos estão sendo conquistados, como análises de impacto econométricas, bem como se o uso do erário está sendo bem executado pelos partidos políticos, verificando o alcance do objetivo da eficiência dos recursos públicos.

## REFERÊNCIAS

AGÊNCIA CÂMARA DE NOTÍCIAS. **Câmara tem 243 deputados novos e renovação de 47,3%**. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/545896-camara-tem-243-deputados-novos-e-renovacao-de-473/>. Acesso em 25/11/2021.

AGRA, Walber de Moura. **Financiamento Eleitoral no Brasil (2017)**. Enciclopédia Jurídica da PUCSP, tomo II (recurso eletrônico). Disponível em: [https://enciclopediajuridica.pucsp.br/pdfs/financiamento-eleitoral-no-brasil\\_5928c13c4adac.pdf](https://enciclopediajuridica.pucsp.br/pdfs/financiamento-eleitoral-no-brasil_5928c13c4adac.pdf). Acesso em: 22/06/2021.

ALEMANHA. **Parteengesetz**. Disponível em: <http://www.gesetze-im-internet.de/bundesrecht/partg/gesamt.pdf>. Acesso em 26/10/2021.

ARAÚJO, Sergei Medeiros. **O financiamento público nas eleições brasileiras**. In: RAMOS, André de Carvalho (Org.). Temas do direito eleitoral no século XXI. Brasília, DF: Escola Superior do Ministério Público, 2012. p. 315-354.

ARGENTINA. **Ley de Financiamiento de los Partidos Políticos**. Disponível em: <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/120000-124999/124231/texact.htm>. Acesso em 26/10/2021.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Conversor de moedas**. Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/conversao>. Acesso em 26/10/2021.

BRASIL Lei nº. 9.504, de 30 de setembro de 1997. **Estabelece normas para as eleições**. Diário Oficial da União - Seção 1 - 1/10/1997, Página 21801. Poder Executivo, Brasília, DF. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l9504.html](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9504.html). Acesso em 28 de maio 2021.

BRASIL, PORTAL DA TRANSPARÊNCIA. **Transferências de Recursos X Gastos Diretos**. Disponível em: <http://www.portaldatransparencia.gov.br/pagina-interna/603238-gastos-diretos-x-transferencias-de-recursos>. Acesso em 18/10/2021.

BRASIL. **Ação Direta de Inconstitucionalidade nº. 1.351-3 e 1.354-8**, de 30/03/2007. Diário da Justiça de 30/03/2007. Poder Judiciário, Brasília, DF. Disponível em: [https://www.conjur.com.br/dl/barreira\\_gilmar.pdf](https://www.conjur.com.br/dl/barreira_gilmar.pdf). Acesso em 06/06/2021.

BRASIL. **Ação Direta de Inconstitucionalidade nº. 1.351-3**, de 30/03/2007. Diário da Justiça de 30/03/2007. Poder Judiciário, Brasília, DF. Disponível em: <https://stf.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/14730359/acao-direta-de-inconstitucionalidade-adi-1351-df/inteiro-teor-103116517>. Acesso em 06/06/2021.

BRASIL. Lei nº. 4.740, de 15 de julho de 1965. **Lei Orgânica dos Partidos Políticos**. Diário Oficial da União - Seção 1 - 19/7/1965, Página 6764. Poder Executivo, Brasília, DF. Disponível em: <http://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei/1960-1969/lei-4740-15-julho-1965-368290-publicacaooriginal-1-pl.html>. Acesso em 28 de maio 2021.

BRASIL. Lei nº. 12.034, de 29 de setembro de 2009. Altera as Leis nos 9.096, de 19 de setembro de 1995 - **Lei dos Partidos Políticos**, 9.504, de 30 de setembro de 1997, que estabelece normas para as eleições, e 4.737, de 15 de julho de 1965 - **Código Eleitoral**. Diário Oficial da União - Diário Oficial da União - Seção 1 - 30/9/2009, Página 1. Poder Executivo, Brasília, DF. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2009/lei/l12034.html](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2009/lei/l12034.html). Acesso em 06/06/2021.

BRASIL. 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**. Diário Oficial da União - Seção 1 - Edição Extra - 29/9/2015, Página 1. Poder Executivo, Brasília, DF. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2015/lei/l13165.html](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/l13165.html). Acesso em 28 de maio 2021.

BRASIL. Lei nº. 13.487, de 6 de outubro de 2017. Altera as Leis nºs 9.504, de 30 de setembro de 1997, e 9.096, de 19 de setembro de 1995, para instituir o **Fundo Especial de Financiamento de Campanha (FEFC)**. Diário Oficial da União - Seção 1 - Edição Extra - 6/10/2017, Página 1. Poder Executivo, Brasília, DF. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2017/lei/l13487.html](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2017/lei/l13487.html). Acesso em 28 de maio 2021.

BRASIL. Lei nº. 13.488, de 6 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**). Diário Oficial da União - Seção 1 - Edição Extra - 6/10/2017, Página 1. Poder Executivo, Brasília, DF. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2017/lei/l13488.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2017/lei/l13488.htm). Acesso em 28 de maio de 2021.

BRASIL. Lei nº. 13.877 de 27 de setembro de 2019. Altera as Leis nos 9.096, de 19 de setembro de 1995, 9.504, de 30 setembro de 1997, 4.737, de 15 de julho de 1965 (**Código Eleitoral**), 13.831, de 17 de maio de 2019, e a Consolidação das Leis do Trabalho; revoga dispositivo da Lei nº 13.488, de 6 de outubro de 2017; e dá outras providências. Diário Oficial da União - Seção 1 - Edição Extra - A - 27/9/2019, Página 1. Poder Executivo, Brasília, DF. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2019-2022/2019/Lei/L13877.htm#art1](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2019-2022/2019/Lei/L13877.htm#art1). Acesso em 06/06/2021.

BRASIL. Lei nº. 6.767, de 20 de dezembro de 1979. Modifica dispositivos da Lei nº 5.682, de 21 de julho de 1971 (**Lei Orgânica dos Partidos Políticos**), nos termos do artigo 152 da Constituição. Diário Oficial da União - Seção 1 - 20/12/1979, Página 19463. Poder Executivo, Brasília, DF. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/1970-1979/l6767.html](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/1970-1979/l6767.html). Acesso em 28 de maio 2021.

BRASIL. 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 União - Seção 1 - 20/9/1995, Página 14545. Poder Executivo,

Brasília, DF. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/LEIS/L9096.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L9096.htm). Acesso em 28 de maio 2021.

CARTA CAPITAL. **Número de vereadoras trans mais que triplicou em 2020, mas preconceito ainda limita atuação.** Disponível em: [https://www.cartacapital.com.br/politica/o-numero-de-vereadoras-trans-mais-que-triplicou-em-2020-mas-o-preconceito-ainda-limita-a-atuacao-delas/?utm\\_campaign=novo\\_layout\\_newsletter\\_-\\_parceria\\_iree\\_12072021&utm\\_medium=email&utm\\_source=RD+Station](https://www.cartacapital.com.br/politica/o-numero-de-vereadoras-trans-mais-que-triplicou-em-2020-mas-o-preconceito-ainda-limita-a-atuacao-delas/?utm_campaign=novo_layout_newsletter_-_parceria_iree_12072021&utm_medium=email&utm_source=RD+Station). Acesso em 25/11/2021.

ENAP, Escola Nacional de Administração Pública. **Introdução ao Estudo da Economia do Setor Público.** Módulo 3: Razões da Intervenção do Estado (Governo) na Economia. (2017). Disponível em: <https://repositorio.enap.gov.br/bitstream/1/3238/1/M%C3%B3dulo%20%20-%20Raz%C3%B5es%20da%20Interven%C3%A7%C3%A3o%20do%20Estado%20%28Governo%29%20na%20Economia/%20%28final%29.pdf>. Acesso em: 17/10/2021.

ESPAÑA. Ley Orgánica 8/2007, de 4 de julio, **sobre financiación de los partidos políticos.** Disponível em: <https://www.boe.es/buscar/pdf/2007/BOE-A-2007-13022-consolidado.pdf>. Acesso em 26/10/2021.

FERNANDEZ, Brena Paula Magno. **Economia do Setor Público** / Brena Paula Magno Fernandez. - 4. impri. Florianópolis: UFSC, Centro Sócio Econômico, Departamento de Ciências Econômicas, 2014.

FRANÇA. **Code électoral.** Disponível em: [https://www.legifrance.gouv.fr/codes/section\\_lc/LEGITEXT000006070239/LEGISCTA000006148459/#LEGISCTA000006148459](https://www.legifrance.gouv.fr/codes/section_lc/LEGITEXT000006070239/LEGISCTA000006148459/#LEGISCTA000006148459). Acesso em 26/10/2021.

GAZETA DO POVO. **5 fatos sobre o financiamento de campanhas nos EUA.** Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/mundo/5-fatos-sobre-o-financiamento-de-campanhas-nos-eua/>. Acesso em 26/10/2021.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Sistema IBGE de Recuperação Automática.** Disponível em: <https://sidra.ibge.gov.br>. Acesso em 25/11/2021.

KANAAN, Alice. **Financiamento público, privado e misto frente à reforma política eleitoral que propõe o financiamento público exclusivo.** In: RAMOS, André de Carvalho (Org.). Temas do direito eleitoral no século XXI. Brasília, DF: Escola Superior do Ministério Público, 2012. p. 271-313.

LIMA, Fernando Carlos G. de Cerqueira. **Contabilidade social: a nova referência das contas nacionais do Brasil**/Fernando Carlos G. de Cerqueira Lima, Nelson Henrique Barbosa Filho, Rebeca Palis; organizadores Carmem Aparecida Feijó e Roberto Luís Olinto Ramos. - 4. ed. - Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.

LOPES, L.M., e VASCONCELLOS, M.A.S. (org). **Manual de Macroeconomia – Básico e Intermediário** – 3ª Edição. São Paulo: Editora Atlas, 2008.

MENDONÇA, João Pessoa de. **A relação entre a política e a economia: suas implicações no sistema financeiro**. Análise Econômica, ano 18, nº 33, março de 2000. - Porto Alegre. Faculdade de Ciências Econômicas, UFRGS, 2000. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/AnaliseEconomica/article/view/10644/6279>. Acesso em 18/10/2021.

MOHALLEM, Michael. **Doação ou investimento? Alternativas ao financiamento desigual de campanhas eleitorais**. In: FALCÃO, Joaquim. (Org.). Reforma eleitoral no Brasil: legislação, democracia e internet em debate. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira (no prelo).

NEXO Jornal. **A genealogia e o perfil dos partidos brasileiros**. Disponível em: <https://cdn.nexojornal.com.br/content/escenic/esp/123137.html>. Acesso em 28 de maio 2021.

PORTAL DA TRANSPARÊNCIA. **Orçamento anual 2018 e 2020**. Disponível em: <https://www.portaltransparencia.gov.br/orcamento?ano=2018>. Acesso em 25/11/2021.

PORTUGAL. **Financiamento dos partidos políticos e das campanhas eleitorais**. Disponível em: <https://dre.pt/home/-/dre/692850/details/maximized>. Acesso em 26/10/2021.

SENADO FEDERAL. **Conheça o financiamento de campanha em alguns países**. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2010/09/20/conheca-o-financiamento-de-campanha-em-alguns-paises>. Acesso em 26/10/2021.

TSE. **Mais de 40% dos candidatos negros das Eleições Municipais 2020 foram eleitos**. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2020/Novembro/mais-de-40-dos-candidatos-negros-das-eleicoes-municipais-2020-foram-eleitos>. Acesso em 25/11/2021.

URUGUAY. **Ley de Partidos Politicos**. Disponível em <https://www.impo.com.uy/bases/leyes/18485-2009>. Acesso em 26/10/2021.

VAN BIEZEN, Ingrid. **Campaign and party finance. Comparing democracies: elections and voting in global perspective**. Lawrence Leduc, Richard Niemi, Pippa. Norris (ed.). 3. ed. London: Sage, (2010).

VEJA. **Nós somos laranjas', dizem onze candidatas do PSL à Câmara do Rio**. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/politica/nos-somos-laranjas-dizem-onze-candidatas-do-psl-a-camara-do-rio/>. Acesso em 24/11/2021.

ZOVATTO, Daniel G. **Estudio comparado de las características jurídicas y prácticas del financiamiento de los partidos políticos y las campañas electorales en América Latina**. Revista 037 TRE/PR.

ZOVATTO, Daniel G. **Financiamento dos partidos e campanhas eleitorais na América Latina: uma análise comparada**. (2005). Disponível em: <https://www.scielo.br/j/op/a/LCZbd6MjbsctTPcmmKkJsc/?lang=pt>. Acesso em: 22/06/2021.