

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA – UnB
INSTITUTO DE CIÊNCIA POLÍTICA – IPOL

André Felipe Rosa

**FINANCIAMENTO DE CAMPANHA ELEITORAL: UMA
ABORDAGEM DOS MODELOS PÚBLICO, MISTO E PRIVADO NA
AMÉRICA LATINA.**

Brasília

2013

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA – UnB
INSTITUTO DE CIÊNCIA POLÍTICA – IPOL

André Felipe Rosa

**FINANCIAMENTO DE CAMPANHA ELEITORAL: UMA
ABORDAGEM DOS MODELOS PÚBLICO, MISTO E PRIVADO NA
AMÉRICA LATINA.**

Monografia apresentada como pré-requisito
para obtenção de título de bacharel em Ciência
Política pela Universidade de Brasília

Orientador: Professor Paulo Afonso Francisco de Carvalho

Brasília

2013

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA – UnB
INSTITUTO DE CIÊNCIA POLÍTICA – IPOL

André Felipe Rosa

**FINANCIAMENTO DE CAMPANHA ELEITORAL: UMA
ABORDAGEM DOS MODELOS PÚBLICO, MISTO E PRIVADO NA
AMÉRICA LATINA.**

Monografia apresentada como pré-requisito
para obtenção de título de bacharel em Ciência
Política e apresentado a seguinte banca
examinadora:

PROFESSOR PAULO AFONSO FRANCISCO DE CARVALHO

(Universidade de Brasília)

PROFESSORA MARILDE DE LOIOLA

(Universidade de Brasília)

Brasília

2013

DEDICATÓRIA

Dedico essa monografia a minha mãe, mulher excepcional que incentivou desde sempre meus estudos.

AGRADECIMENTOS

Agradeço por essa formação primeiramente a minha mãe na qual incentivou meus estudos desde sempre, aos meus amigos de curso: Gabriel Gameiro, Renato Abreu, Lucas Abreu, Déurick Grégori, Nailah Neves, Wanderson Maia, Michel Oliveira, Camila Barbosa, Plínio Gonçalves. Em especial, agradeço a Clarice Vieira, que muito me apoiou durante a graduação.

“Tudo o que peço aos políticos é que se contentem em mudar o mundo sem começar por mudar a verdade.” (Jean Paulhan)

RESUMO

O presente trabalho procura explicar como é a dinâmica e regras dos sistemas público; misto e privado de financiamento de campanha eleitoral, suas regras e aplicações na América Latina. A hipótese central consiste na afirmação que o financiamento misto de campanha é o melhor modelo para ser adotado em eleições.

Palavras-chave: eleições, financiamento de campanha, partidos políticos e sistemas eleitorais.

ABSTRACT

This paper seeks to explain how the dynamics and rules of public systems, mixed and private financing of election campaign rules and their applications in Latin America. The central hypothesis consists in the assertion that the joint campaign financing is the best model to be adopted in elections.

Keywords: elections, campaign finance, political parties and electoral systems.

ÍNDICE

TABELAS

	Página
Tabela 1: Introdução de recursos públicos na América Latina	22
Tabela 2: Atividades de utilização do financiamento público direto	22
Tabela 3: Regras do financiamento público direto	23
Tabela 4: Proibições a repasses financeiros privados na América Latina	24
Tabela 5: Limite de gastos por país	25
Tabela 6: Acesso dos partidos políticos na América Latina aos veículos de comunicação	26

SUMÁRIO

Introdução	11
Capítulo I: Financiamento de campanha eleitoral	
1.1: Conceituações gerais acerca do financiamento público de campanha.....	13
1.2: Conceituações acerca do financiamento misto de campanha.....	14
1.3: Argumentos a favor do financiamento misto de campanha.....	16
1.4: Financiamento privado de campanha.....	17
1.5: Financiamento privado e a relação com a corrupção	18
Capítulo II: Análise comparada do financiamento de campanha em países que compõem a América Latina	
2.1: Metodologia e descrição das variáveis.....	20
2.2: Análise de dados da América Latina.....	22
Conclusão	29
Referências bibliográficas	31

INTRODUÇÃO

Porque existem sistemas de financiamento eleitoral público, misto e privado?

Essa é uma pergunta que intriga diversos setores da sociedade e da esfera pública, e tem refletido em constantes debates. Dinheiro e política estão diretamente ligados à disputa eleitoral e se faz cada vez mais presente nas eleições. Para uma campanha política ser bem sucedida, há a necessidade em arcar com os custos de uma campanha. As eleições estão cada vez mais profissionalizadas e a sua complexidade tem levado a busca de especialistas qualificados e de custos elevados.

Atualmente uma campanha eleitoral conta com uma série de serviços que são fundamentais para a condução de uma eleição. Pesquisas eleitorais, assessoria de comunicação, materiais gráficos, gastos com profissionais e a formação e capacitação dos quadros partidários são exemplos de serviços básicos que um partido político precisa ter para se colocar frente à arena eleitoral.

Sabendo da importância da existência de recursos financeiros, faz-se necessário analisar as modalidades de financiamento de campanha, uma vez que é um tema pouco produzido academicamente na Ciência Política. Para tanto, será analisado os modelos de financiamento público, misto e privado predominantes na América Latina em 18 países, sendo eles: Argentina, Bolívia, Brasil, Colômbia, Costa Rica, Chile, Equador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicarágua, Panamá, Paraguai, Peru, República Dominicana, Uruguai e Venezuela.

Como é um tema que gera diversas contradições, sobretudo com relação à aplicação eficiente e transparente, esses regimes de financiamento têm sofrido diversas críticas de diversos países. A existência de financiamento privado tem levado teóricos a escreverem sobre outras alternativas por acreditarem que o poder político poderia ser refém do econômico.

O financiamento exclusivamente público de campanha tem sido discutido e implementado em alguns países com resultados distintos e controversos, e acredita-se que essa modalidade é fundamental para gerar maior transparência acerca dos gastos eleitorais e a garantir maior rigor quanto à diminuição dos instrumentos relacionados às práticas de corrupção.

Atualmente o modelo exclusivamente público tem sido fortemente discutido. No entanto, cabe salientar que outros modelos embora estejam sendo reavaliados, como o modelo misto e o privado, os podem ter pontos positivos e negativos, que serão analisados detalhadamente as suas regras eleitorais e a aplicação em países distintos, respeitando a cultura política local e regional.

CAPÍTULO I

Financiamento de campanha eleitoral

1.1 Conceituações gerais acerca do financiamento público de campanha

O financiamento público é uma tentativa de aumentar a transparência dos gastos de campanha, podendo o Estado ter maior controle sobre a origem do capital investido durante o período eleitoral.

Outro ponto importante dos defensores dessa modalidade de sistema são as ações políticas dos eleitos não serem pautadas por interesses dos financiadores, empresários, e demais agentes que possam interferir no processo democrático pautando interesses particulares e econômicos específicos.

Daniel Zovatto (2005) acredita que a América Latina possui grande tradição no que diz respeito ao financiamento público de campanha. Como em muitos regimes da Europa Ocidental, esse regime foi bastante acionado como forma de combater interesses particulares nas ações partidárias. Muitos acreditam que o financiamento público de campanha explana maior transparência dos gastos executados pelos atores políticos e diminui os instrumentos de corrupção.

Outros argumentos a favor do sistema de financiamento de campanha estão em fazer com que as operações financeiras dos partidos, suas receitas e suas despesas, corram por vias transparentes, conhecidas e sujeitas aos órgãos de controle e fiscalização do erário público. A ideia é que, por se tratar de recursos dos contribuintes, os princípios de transparência e de controle sejam garantidos de melhor maneira.

A concepção que se tem na América Latina é que os partidos políticos fazem parte de um arcabouço importante para a política e para a execução da democracia e do sistema representativo. Sendo assim, faz se importante que o Estado advogue a favor da modalidade de financiamento público, como meio a garantir a existência dos partidos, e poder operar e custear seus gastos de campanha. Embora os partidos não sejam peças públicas, sendo assim não deveriam receber custeio do Estado e dos contribuintes. Todavia os partidos não sejam organismos estatais, os mesmos cumprem uma agenda política pública, com fins e interesses públicos. Tal financiamento pode garantir

sobrevida aos partidos de menor expressão, maior participação na arena política e, conseqüentemente, redução dos índices de corrupção.

Delia Ferreira (2005) defende que o sistema de financiamento público é uma solução, e o sistema é o mais democrático e tem melhor alicerce ao jogo político. O financiamento público de campanha a partidos e aos candidatos gera diversos incentivos, como condições eleitorais equitativas; promovem os partidos que não possuem recursos suficientes para pleitear uma eleição; evita a interferência do setor privado na política; diminui a necessidade em adotar fundos partidários e, por fim, pode contribuir para o fortalecimento dos partidos políticos.

Daniel Zovatto (2005) crê que o financiamento público é um elemento fundamental para maximizar o potencial eleitoral dos partidos pequenos ou novos, mas isso poderia ocasionar em perda no espaço político dos partidos que participam pela primeira vez da eleição.

Na América Latina, predomina em alguns países, no que se referem ao financiamento público direto, recursos financeiros após as eleições e em alguns casos, antes e após as eleições. Novamente a regra afeta diretamente os partidos novos com recursos escassos, pois nesse caso, não haveria possibilidades de dar início e continuar na disputa eleitoral. Não obstante, essa regra pode dar maior controle sobre as prestações de contas e maior rigor na elaboração delas quanto aos gastos de campanha.

Muito embora no Brasil o pluripartidarismo afete nos eleitores o sentimento de pouca ideologia partidária, esses partidos, embora pequenos ou recém-criados, ou mesmo que não possuem um potencial eleitoral convincente para a disputa nas eleições, são altamente importantes, pois não há democracia sem partidos. “A democracia sem partidos é um mito, a atividade partidária se faz cada vez mais completa, e necessária à solução de muitos problemas que gera a relação entre o dinheiro e a política (CALLE, 2004)”.

1.2 Conceituação geral acerca do financiamento misto de campanha

O sistema de financiamento misto de campanha faz uma junção entre recursos oriundos de meios privados e públicos. Nesse sistema, compreende que os cofres públicos não serão totalmente onerados com os gastos de campanhas e terão parte dos recursos fiscalizados pelo Poder Público.

Parte dos recursos públicos provém do Fundo Partidário, que segundo explicação do Tribunal Superior Eleitoral – TSE se conceitua como “Um Fundo Especial de Assistência Financeira aos Partidos Políticos, que tenham seu estatuto registrado no Tribunal Superior Eleitoral e prestação de contas regular perante a Justiça Eleitoral”.

De acordo com o Tribunal Superior Eleitoral – TSE, o Fundo Especial de Assistência Financeira aos Partidos Políticos (Fundo Partidário) é constituído por recursos públicos e particulares conforme previsto no artigo 38 da Lei nº 9.096/95. Seu arcabouço é esboçado da seguinte forma, segundo apontações do TSE:

- 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;
- 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.

Não necessariamente os recursos do Fundo Partidário se destina apenas a aplicação da eleição. De fato, seu reconhecimento se dá pela importância do partido político enquanto instituição representativa em existir e se manter, e pela importância da agenda política, e da articulação entre o poder e a sociedade.

Em uma eleição majoritária ou proporcional no modelo misto de financiamento eleitoral, é obrigatória a divulgação do teto de gastos na campanha que o candidato ao

pleito irá utilizar. Nesse sentido, deverá ser feito a prestação de contas junto aos órgãos de controle do país cuja eleição tenha sido realizada.

1.3 Argumentos a favor do financiamento misto de campanhas

Uma das assimetrias do financiamento público exclusivo de campanhas se refere ao montante arrecadado pelo partido político. Isso quer dizer que, caso a modalidade seja a do financiamento público, o tempo eleitoral e demais montante financeiro repassado aos partidos políticos seriam baseados e fundados à proporção de candidatos eleitos no último pleito, o que resultaria em uma estagnação de novos partidos ou a agremiações de menor expressão.

O financiamento misto de campanhas pode gerar, em se tratando de sentido de igualdade, maior possibilidade de partidos de menor expressão e legenda poderem arrecadar fundos de origem privada e se posicionar com maior intensidade na arena eleitoral. Partidos políticos novos que dependem do financiamento de campanha não poderiam receber verba pública suficiente para arcar com os compromissos de uma campanha eleitoral. A busca por recursos financeiros de origem privada é uma solução para qualificar as novas siglas a disputarem as eleições. Nesse caso, é possível verificar que existirá um equilíbrio maior com relação ao poder eleitoral, que não dependerá exclusivamente do Estado. Os recursos do Fundo Partidário permitem que os candidatos prospectem novos financiadores e apoiadores, tornando a disputa eleitoral mais equitativa. Não é impossível um partido novo conseguir bons recursos e tudo dependerá da agenda política formada, e da adesão às ideias por parte da população e do setor privado.

Sistemas eleitorais mistos sofrem diversas críticas por receberem além de recursos públicos o custeio empresarial, o que não reduz todas as fontes anômalas, não sendo o modelo completo no sentido de reduzir a influência do poder econômico em sua totalidade. Tal modalidade de financiamento tentará equilibrar essas assimetrias e contradições. A combinação de público e privado reduz, de forma não tão acentuada a busca por arrecadação financeira privada. Para Daniel Zovatto (2005) é o melhor modelo a ser adotado.

Para Délia Ferreira (2005) o financiamento misto para que funcione de forma adequada deverá se atentar a realidade do sistema eleitoral e a cultura política do país

em questão, para que o funcionamento e a execução das regras eleitorais se consolidem da melhor maneira possível.

1.4 Financiamento privado de campanha

Márcio Nuno Rabat (2011) afirma que os mecanismos de financiamento privado de campanha não autorizam empresas estrangeiras a contribuírem para custear candidaturas. O financiamento privado de campanha é um mecanismo onde os recursos públicos teoricamente não podem ser aplicados em campanhas eleitorais, embora países como o México autorizem pequenas doações. Os custos eleitorais são arcados por fundos privados e doações de apoiadores.

A não oneração exaustiva do Estado no custeio de campanhas eleitorais não coloca em voga o financiamento em detrimento das políticas fundamentais de um determinado país, o que torna economicamente uma alternativa rentável. No entanto o financiamento privado não está diretamente ligado ao regime de governo. A Venezuela adota atualmente o financiamento exclusivamente privado de campanha, mas se consolidada como uma economia de base socialista e intervencionista economicamente.

Países que adotam o meio privado de arrecadação eleitoral tem forte receio aos investimentos internacionais, isso se deve ao receio de outras nações interferirem na política local do país em questão. Não diretamente relacionado à questão política, mas de fato, econômica e fiscal. Os países de exportação que possuem indústrias e negócios em outros países encaram o financiamento privado internacional como um meio de entrelaçar os vínculos com o país de interesse e, através desta medida, melhorar suas relações comerciais. A regra no quesito internacional é não receber fundos de outros países, embora alguns ainda permitam essa prática. O financiamento privado internacional é uma maneira de diminuir o poder e a influência internacional nas relações econômicas de outras nações.

Marcio Nuno Rabat (2011) aponta a existência de uma contradição entre empresas e sindicatos. O setor empresarial está apto a contribuir para os partidos e os sindicatos não estariam aptos, o que desdobraria em vantagem política por parte do meio empresarial em relação aos trabalhadores assalariados. A relação entre governo e poder econômico se estreitam enquanto as instituições que representam o proletariado são enfraquecidas frente à política.

1.5 Financiamento privado e a relação com a corrupção

Sorauf (2013) aponta que muitos países tem discutido o fim do financiamento privado, que poderia estar ligado de forma indireta com a corrupção. É como uma empresa do setor de cigarros que precisaria ter o apoio de atores políticos no parlamento para garantir que seus interesses comerciais não sejam afetados com a criação de projetos de leis que afetariam negativamente os negócios da corporação.

A partir do momento em que o setor privado apoia no financiamento das eleições, sejam elas majoritárias ou proporcionais, o poder econômico começa a partir de então a influenciar no cotidiano político da nação, e com isso, a influência política passa a ser algo que ocorre de forma natural (PREZOTTO, 2008).

A prevenção da corrupção real ou aparente existe como um interesse público relevante, na verdade o único interesse é o do Estado, e este pode justificar a regulação das contribuições de campanha ou, no que diz respeito à empresa, sindicato, dinheiro do Tesouro, mesmo campanha independente de gastos. (PERSILY, Nathaniel; LAMMIE, Kelli, p. 125).

Um dos interesses do setor privado no financiamento político é a aproximação entre o parlamentar e suas questões de interesse. Não há nada que comprove o envolvimento direto entre o financiamento e a corrupção, no entanto, o argumento negativo do financiamento privado é justamente a política ser manipulada por empresas e suas ações serem pautadas na temática da atividade empresarial financiadora.

Tabela 6. Proibições a repasses financeiros privados na América Latina

País	Empresas estrangeiras	Organizações políticas e sociais	Pessoas jurídicas	Fornecedores do Estado	Anônimas
Argentina	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
Bolívia	Sim	Sim	Não	Sim	Sim
Brasil	Sim	Sim	Não	Não	Sim
Colômbia	Não	Não	Não	Não	Não
Costa Rica	Sim	Não	Não	Não	Não
Chile	Sim	Sim	Sim	Sim	Não
Equador	Sim	Não	Não	Sim	Sim
El Salvador	Não	Não	Não	Não	Não
Guatemala	Sim	Não	Não	Não	Sim
Honduras	Sim	Não	Não	Não	Sim
México	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
Nicaragua	Não	Não	Não	Sim	Sim
Panamá	Não	Não	Não	Não	Não
Paraguai	Sim	Sim	Sim	Sim	Não
Peru	Sim	Não	Não	Não	Não

República Dominicana	Sim	Não	Não	Não	Não
Uruguai	Não	Não	Não	Não	Não
Venezuela	Sim	Não	Não	Sim	Sim

Fonte: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S010462762005000200002&script=sci_arttext&tlng=es

Arnold (2013) acredita que os escândalos envolvendo corrupção em período eleitoral fizeram com que a população questionasse esse sistema de grandes contribuições financeiras e colocasse em voga o financiamento público exclusivo de campanha, que tem ganhado força popular e que constantemente é assunto em pauta de diversos países.

Muito embora o financiamento público de campanha diminua o estreitamento entre a política e o meio empresarial, apenas no que diz respeito ao financiamento privado, o financiamento público não poderá garantir que não haverá corrupção, é apenas uma medida que serviria como uma tentativa. O maior interessado nesse sistema são os partidos políticos que se encontram consolidados e que possuem representação política relevante, pois os partidos que obtém maior representação estarão sendo beneficiado com recursos maiores, o que garantiria a manutenção do status quo, e menor renovação da política partidária. Outro fator questionável é se a oneração do Estado com os gastos eleitorais afetariam investimentos em outras políticas de estado, como saúde, educação e segurança pública.

CAPÍTULO II

Análise comparada do financiamento de campanha em países que compõem a América Latina

2.1 Metodologia e descrição das variáveis

A presente monografia foi elaborada a partir de uma série de pesquisas acerca do financiamento de campanha e suas modalidades. Foram pesquisadas as diversas correntes e opiniões distintas de pensamentos sobre cada tipologia de financiamento público, misto e privado.

Coleta de dados

Os dados desta monografia foram incorporados a partir dos artigos: Los Sistemas de Financiamiento de Los Partidos Políticos y las Campañas Electorales; e Financiamento dos partidos e campanhas eleitorais na América Latina: uma análise comparada. Disponíveis em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-62762005000200002&script=sci_arttext&lng=es e <http://www.observatorioelectoral.org/biblioteca/?bookID=1&page=3>.

Países analisados

Argentina, Bolívia, Brasil, Colômbia, Costa Rica, Chile, Equador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicarágua, Panamá, Paraguai, Peru, República Dominicana, Uruguai e Venezuela.

Atividades analisadas

Aspectos gerais do que é um financiamento de campanha, suas modalidades distintas e as regras aplicadas a cada caso.

Tabela 1. Foram apontados os países que recebiam recursos públicos para o custeio das campanhas eleitorais. Nessa tabela foi indicado o ano que cada país aderiu ao uso de recursos públicos destinados aos partidos políticos.

Tabela 2. Indica como é feito o uso dos recursos destinados à campanha em quatro divisões: eleitoral e partidário; apenas eleitoral; apenas partidário e formação.

Tabela 3. Serão abordadas as regras para o recebimento do financiamento público direto.

Tabela 4. Aponta os tipos de proibições quanto aos repasses de origem privada às campanhas eleitorais, como: empresas estrangeiras; organizações políticas e sociais; pessoas jurídicas; fornecedores do Estado e doações anônimas.

Tabela 5. Foram listados os limites de contribuições no período eleitoral.

Tabela 6. Irá indicar o acesso aos partidos aos veículos de comunicação

2.2 Análise de dados da América Latina

TABELA 1. Introdução de recursos públicos na América Latina.

País	Ano
Uruguai	1928
Costa Rica	1949
Argentina	1961
Venezuela	-
Nicarágua	1974
México	1977
Equador	1978
Bolívia	1979
Honduras	1981
El Salvador	1983
Guatemala	1985
Colômbia	1985
Chile	1988 (Indireto)
Paraguai	1990
Peru	1991 (Indireto)
Brasil	1995
Panamá	1997

Em toda a América Latina, a modalidade de sistema de financiamento é o misto, a tabela 1 apontou o ano em que esses países introduziram capital público nas campanhas eleitorais. A Venezuela é um país cujo modelo não é aberto a recursos públicos, no entanto, todos os demais países da América do Sul já adotaram tal sistema, e com isso, fundos públicos e privados são mesclados de forma não necessariamente proporcional. Esses índices serão apontados nos próximos dados eleitorais.

TABELA 2. Atividades de utilização do financiamento público direto

Uso do financiamento público direto				
País	Eleitoral e partidário	Apenas eleitoral	Apenas partidário	Formação
Argentina				
Bolívia				
Brasil				
Colômbia				
Costa Rica				
Chile	-	-	-	-
Equador				
El Salvador				
Guatemala				
Honduras				
México				
Nicarágua				

Panamá				
Paraguai				
Peru	-	-	-	-
República Dominicana				
Uruguai				
Venezuela	-	-	-	-

Fonte: <http://www.observatorioelectoral.org/biblioteca/?bookID=1&page=3>

O financiamento público direto é a transferência de recursos para custeio das despesas eleitorais; o funcionamento dos partidos políticos e demais gastos de campanha. Países como Argentina, Bolívia, Brasil, Colômbia, Equador, El Salvador, Guatemala, México, Panamá, Paraguai e República Dominicana utilizam o financiamento direto como modo fixo de custeio às despesas dos partidos. Os demais países limitam o uso do financiamento direto para apenas as campanhas eleitorais.

Daniel Zovatto (2005) acredita que o financiamento público direto promove a capacitação dos quadros partidários através da formação política dos membros e da militância.

Tabela 3. Regras do financiamento público direto

Financiamento público direto		
Argentina	Partidos que participaram da última eleição de deputados nacionais reconhecidos.	Por força de voto
Bolívia	Partidos que tenham obtido um mínimo de 3% do total de votos válidos em todo o país na eleição geral anterior (ou aplicável municipal).	Por força de voto
Brasil	Proporcional ao número de votos obtidos na última eleição, na última eleição para a Câmara dos Deputados.	Por força de voto
Colômbia	5% do total de votos válidos. Para a substituição das despesas das eleições parlamentares, os partidos devem alcançar pelo menos um terço dos votos obtidos pela lista que obtiver o menor lugar dos resíduos.	Por força de voto
Costa Rica	Partes que ganhar pelo menos 4% dos votos válidos em escala nacional ou provincial partidos registrados que obtiverem, no mínimo, essa porcentagem na respectiva	Por força de voto

	província ou escolher pelo menos um deputado.	
Chile	-	-
Equador	Jogos que tenham recebido, no mínimo, a proporção de 0,04 dos votos nas eleições multi-banco.	Misto (por força eleitoral)
El Salvador	-	Por força de voto
Guatemala	Partes que ganhar pelo menos 4% do total de votos válidos na eleição geral.	Por força de voto
Honduras	-	Por força de voto
México	2% do total de votos válidos.	Misto (por força de voto / By o mesmo)
Nicarágua	4% do total de votos válidos.	Por força de voto
Panamá	5% dos votos válidos de qualquer uma das 3 opções: para presidente, legisladores e magistrados .	Misto
Paraguai		Misto (por força de representação eleitoral / parlamentar)
Peru	-	-
República Dominicana	Podem receber financiamento somente aqueles que foram aprovados e os candidatos independentes que participaram das duas últimas eleições gerais.	Misto (por força de voto)
Uruguai	Tendo aparecido nas eleições internas e primárias e alcançou o número de votos superior a 500. (Mínimo exigido para cobrir a relação de representação).	Por força de voto
Venezuela	-	-

Fonte: <http://www.observatorioelectoral.org/biblioteca/?bookID=1&page=3>

Nos países como El Salvador, Honduras, Paraguai e Uruguai, os únicos critérios de elegibilidade e para conquistar o financiamento público é que os atores e partidos políticos sejam registrados.

Nos países que lhe são atribuídos alguma forma de barreira como (Bolívia, Costa Rica, Colômbia, Guatemala, México, Nicarágua, e Panamá), a margem de votos para conseguir o financiamento eleitoral inicial é de 2 a 5% do total de votos obtidos nas eleições, incluindo as eleições do legislativo.

Tabela 4. Proibições a repasses financeiros privados na América Latina

País	Empresas estrangeiras	Organizações políticas e	Pessoas jurídicas	Fornecedores do Estado	Anônimas
------	-----------------------	--------------------------	-------------------	------------------------	----------

		sociais			
Argentina	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
Bolívia	Sim	Sim	Não	Sim	Sim
Brasil	Sim	Sim	Não	Não	Sim
Colômbia	Não	Não	Não	Não	Não
Costa Rica	Sim	Não	Não	Não	Não
Chile	Sim	Sim	Sim	Sim	Não
Equador	Sim	Não	Não	Sim	Sim
El Salvador	Não	Não	Não	Não	Não
Guatemala	Sim	Não	Não	Não	Sim
Honduras	Sim	Não	Não	Não	Sim
México	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
Nicaragua	Não	Não	Não	Sim	Sim
Panamá	Não	Não	Não	Não	Não
Paraguai	Sim	Sim	Sim	Sim	Não
Peru	Sim	Não	Não	Não	Não
República Dominicana	Sim	Não	Não	Não	Não
Uruguai	Não	Não	Não	Não	Não
Venezuela	Sim	Não	Não	Sim	Sim

Fonte: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S010462762005000200002&script=sci_arttext&tlng=es

Em países como (Colômbia, Costa Rica, Equador, Nicarágua, Paraguai e Uruguai), o repasse financeiro é após as eleições, sendo assim, o total revertido aos partidos dependerá do total de votos obtidos na eleição. Países como Argentina e República Dominicana o repasse é anterior às eleições, ou seja, o cálculo é feito com relação à eleição anterior.

Na Bolívia, El Salvador, Guatemala, Honduras e Panamá parte dos recursos são antes das eleições e a outra parte após as eleições. No caso brasileiro, o repasse financeiro é mensal, assim como no México nas últimas eleições presidenciais.

Tabela 5. Limite de gastos por país

País	Limite de contribuições	Valor permitido
Argentina	Sim	Pessoa jurídica: valor não superior a 1% dos valores permitidos pelo partido. Pessoa física: 0,5% do total permitido.
Bolívia	Sim	Valor referente a 10% do orçamento da organização política.
Brasil	Sim	Até 10% da renda anual e 2% da renda bruta da pessoa jurídica.
Colômbia	Não	

Costa Rica	Sim	45 vezes o salário mínimo mensal por ano.
Chile	Sim	Para doação anônima o valor permitido é fixado em unidades de fomento.
Equador	Sim	Pessoas Jurídica não poderão exceder a 10% do montante do gasto autorizado.
El Salvador	Não	
Guatemala	Sim	10% do limite do gasto de campanha
Honduras	Não	
México	Sim	A doação da população não poderá exceder o montante de 10% do total do financiamento público.
Nicarágua	Não	
Panamá	Não	
Paraguai	Sim	5000 salários mínimos diários, tanto de pessoa física quanto jurídica.
Peru	Sim	Pessoa física ou jurídicas 60 UIT anuais.
República Dominicana	Não	-
Uruguai	Não	-
Venezuela	Não	-

Fonte: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-62762005000200002&script=sci_arttext&tlng=es

Embora o sistema misto de financiamento de campanha tenha em sua proposta gerar maior equidade entre os partidos, e também a maior accountability dos gastos, não exime a modalidade de anomalias em sua execução. Nesse sentido, os gastos privados são controlados. Não existem mecanismos com total eficiência para realizar o controle de gastos, com isso, a possibilidade de caixa dois é factível, visto que esse sistema é facilmente transgredido. De acordo com Daniel Zovatto, “a América Latina não conseguiria acabar com as corrupções eleitorais por completo, sobretudo, pela sua cultura política que favorece o clientelismo e a impunidade” (ZOVATTO, DANIEL, 2005).

Tabela 6. Acesso dos partidos políticos na América Latina aos veículos de comunicação

País	Proibição de propaganda paga na mídia	Acesso gratuito	Fórmula de distribuição de tempos e espaços
------	---------------------------------------	-----------------	---

Argentina	Não	Sim	Igual entre partidos e coalizações. Em meios públicos e privados.
Bolívia	Não	Sim	Igual entre partidos e coalizações. Somente em meios públicos
Brasil	Sim (rádio e tv)	Sim	Entre todos os partidos o total de 1/3, sendo 2/3 divididos proporcionalmente pelo total de representantes na Câmara dos Deputados.
Colômbia	Não	Sim	70% igual a todos e 30% pelo total de congressistas pelo partido.
Costa Rica	Não	Não	
Chile	Sim	Sim	Igual entre os candidatos nas eleições presidenciais, e nas eleições parlamentares proporcional ao total de votos da eleição anterior.
Equador	Não	Não	
El Salvador	Não	Sim	Igual entre os partidos
Guatemala	Não	Sim	Igual entre os partidos
Honduras	Não	Não	
México	Não	Sim	96% distribuídos entre os partidos que participaram da eleição anterior. 30% de forma igualitária e 70% proporcional ao seu poder eleitoral.
Nicarágua	Não	Não	
Panamá	Não	Sim	Igual entre os partidos.
Paraguai	Não	Sim	Igual entre os partidos
Peru	Não	Sim	50% divididos entre os partidos e os demais 50%

			proporcional a representação no parlamento.
República Dominicana	Não	Sim	Igual entre os partidos e somente nos veículos de comunicação do Estado.
Uruguai	Não	Sim	Igual entre os candidatos, desde que tenha alcançado 3% de votos. Somente nos veículos públicos de comunicação.
Venezuela	Não	Não	

Fonte: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-62762005000200002&script=sci_arttext&tlng=es

Na modalidade mista de financiamento de campanhas, uma das questões asseguradas aos candidatos e aos partidos políticos é a propaganda partidária. No Brasil, o serviço de rádio e televisão é efetuado através de concessão do Estado, que outorga permissão ao uso de rádio difusão as emissoras. O Estado arca com os gastos da propaganda eleitoral, que é repassado às emissoras.

Conclusão

A partir das abordagens feitas nesse presente trabalho, concluo que os sistemas de financiamento público a depender da forma a ser estabelecido poderia gerar maior desigualdade eleitoral entre os partidos políticos considerados pequenos em representação política no parlamento, e, sobretudo, aos partidos recém-criados. Outro ponto negativo do financiamento público é o repasse em alguns casos, antes e depois das eleições. Isso porque, o montante financeiro repassado seria insuficiente tendo em vista as altas cifras gastas numa competição eleitoral. Em casos que o repasse financeiro é apenas após as eleições o controle dos gastos torna-se mais rígido.

No que se refere ao combate à corrupção, o financiamento público tende a gerar maior accountability, maior controle sobre os gastos dos candidatos, e menor influência da iniciativa privada na política. Atualmente muitas empresas buscam candidatos que possam promover ou mesmo proteger a temática e o setor de determinada atividade empresarial, e com isso, essas empresas ou mesmo os candidatos se aproximam como forma de estreitarem laços e realizarem o que é denominado de “troca de favores”, e a partir desse momento, o poder econômico influenciar de forma negativa na condução da política.

No entanto, não se sabe se de fato o fim do financiamento privado de campanha seria diretamente ligado ao fim da corrupção. Na realidade, se diminui os instrumentos a partir do setor privado, mas no poderia aumentar os instrumentos de corrupção por parte do setor público.

Por outro lado, sistemas de financiamento exclusivamente privado, embora tenha alguma relação com a influência do poder econômico na política, possui determinadas características positivas, isso porque, o Estado não seria onerado economicamente, e os responsáveis pelo custeio da campanha seriam apenas empresários e contribuintes, a depender do caso. Com isso, investimentos em políticas fundamentais como saúde, segurança pública e educação não seriam afetados.

O sistema de financiamento de campanha eleitoral misto mostrou ser o melhor modelo a ser adotado, pois ele equilibra de certa forma investimentos privados com limites de gastos de campanha, e prestações de contas rígidas. O modelo misto garante

parte de recursos públicos distribuídos à fundação dos partidos políticos, o que garante condições econômicas para a disputa eleitoral. Outro ponto importante do modelo misto é o acesso dos partidos a mídia televisiva e ao rádio. Ponto que no sistema exclusivamente privado esse acesso às mídias televisivas é pago pelos próprios candidatos e partidos. Modelos mistos não são mistos em sua totalidade, e podem variar entre maiores recursos privados ou públicos, a depender do país que adota tal sistema.

Sendo assim, concluo que sistemas mistos podem gerar maior equilíbrio nas eleições; acesso mais democrático aos partidos políticos na arena eleitoral e, por fim, garantir sobrevivência aos partidos que serão criados e de menor expressão.

Referências bibliográficas

NICHOLSON, Marlene Arnold. Campaign finance and equal protection. Disponível em: <<http://www.jstor.org/discover/10.2307/1227859?uid=36976&uid=3737664&uid=36975&uid=5909624&uid=2&uid=3&uid=67&uid=62&sid=21102846944873>>. Acesso em: 28 out. 2013.

SORAUF, Frank J.. Politics, experience, and the first amendment: the case of american campaign finance. Disponível em: <<http://www.jstor.org/discover/10.2307/1123286?uid=36976&uid=3737664&uid=2134&uid=36975&uid=5909624&uid=2&uid=70&uid=3&uid=67&uid=62&sid=21102847229763>>. Acesso em: 28 out. 2013.

SULLIVAN, Kathleen M.. Political Money and Freedom of Speech. Disponível em: <<http://heinonline.org/HOL/LandingPage?collection=&handle=hein.journals/davlr30&div=23&id=&page=>>>. Acesso em: 28 out. 2013.

PERSILY, Nathaniel; LAMMIE, Kelli. PERCEPTIONS OF CORRUPTION AND CAMPAIGN FINANCE: WHEN PUBLIC OPINION DETERMINES CONSTITUTIONAL LAW. p 125. Disponível em: <http://www.pennlawreview.com/print/old/Persily_Lammie.pdf>. Acesso em: 28 out. 2013.

PEIXOTO, Vitor de Moraes. Eleições e Financiamento de Campanha no Brasil. p. 26. Disponível em: <http://www.academia.edu/1863110/Eleicoes_e_Financiamento_de_Campanhas_no_Brasil>. Acesso em: 10 jul. 2010.

BRAGA, Maria do Socorro Sousa; BOURDOUKAN, Adla. Partidos políticos no Brasil: organização partidária, competição eleitoral e financiamento público. Disponível em: <http://www.anpocs.org/portal/index.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=2571&Itemid=230>. Acesso em: 29 out. 2013.

REIS, Bruno P. W.; FERREIRA, Lara Marina; FIALHO, Fabrício Mendes. REFORMA POLÍTICA E FINANCIAMENTO DE CAMPANHAS: ANOTAÇÕES PARA UMA TAXONOMIA DO FINANCIAMENTO ELEITORAL. Disponível em: <http://www.anpocs.org/portal/index.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=970&Itemid=353>. Acesso em: 24 out. 2011.

TRINDADE, Fernando. FINANCIAMENTO ELEITORAL E PLURALISMO POLÍTICO. Disponível em: <<http://www.conamp.org.br/Estudos/Financiamento%20eleitoral%20e%20pluralismo%20pol%C3%ADtico.pdf>>. Acesso em: 29 out. 2013.

RABAT, Marcio Nuno. O Financiamento de Campanhas Eleitorais no Brasil e a Proposta de Financiamento Público Exclusivo. Disponível em: <http://bd.camara.gov.br/bd/bitstream/handle/bdcamara/6284/financiamento_campanhas_rabat%20.pdf?sequence=1>. Acesso em: 29 out. 2013.

ZOVATTO, Daniel. Financiamento dos partidos e campanhas eleitorais na América Latina: uma análise comparada. 2005. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-62762005000200002&script=sci_arttext&tlng=es