



**Universidade de Brasília
Instituto de Ciência Política**

Rodrigo Alves Porto

Influência da proibição do financiamento empresarial nas eleições municipais de 2016

Brasília
2017

RODRIGO ALVES PORTO

**Influência da proibição do financiamento empresarial nas
eleições municipais de 2016**

Monografia apresentada para obtenção do
grau de bacharel em Ciência Política na
Universidade de Brasília.

Professora orientadora: Prof. Dra. Suely
Mara Vaz Guimarães de Araújo.

**Brasília
2017**

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar agradeço aos meus pais, Robson e Silvana, e ao meu irmão, Gustavo, pelo amor incondicional e por todo apoio durante a minha trajetória até o presente momento, só eu sei o que vocês fizeram para tornar isso possível. Gostaria de agradecer, também, a toda minha família por todas as memórias alegres e felizes. Agradeço, em particular, à minha avó Ana e aos meus avôs José e Vitor, pelo a história de vida de vocês como inspiração.

Agradeço especialmente à Monica Marcela Banegas Williams por todos os momentos que compartilhamos durante essa longa jornada na universidade. Só você consegue deixar as coisas mais alegres e bonitas, mesmo nas situações mais difíceis. Obrigado por me ensinar todos os dias o verdadeiro significado do amor. Essa pesquisa não seria possível sem você.

Agradeço aos amigos que fiz durante esses longos cinco anos, Thiago Vizioli, João Vítor Loureiro, Matheus Leone, Caio Túlio, Pedro Albuquerque e Vitor Barros, amigos que espero carregar para toda a vida. Um agradecimento especial à Tamires Jade e Amanda Ayres que estiveram presentes na reta final dessa jornada e me ajudaram a concluir este trabalho, nossas reuniões foram fundamentais para aliviar a tensão. Gostaria de agradecer a todos os colegas de curso que estiveram presentes durante esse tempo, vocês foram especiais.

Não posso deixar de agradecer aos professores que participaram dessa jornada e sempre estiveram disponíveis para compartilhar seus conhecimentos. Obrigado Graziela Dias Teixeira por me ajudar no momento em que considerei abandonar o curso, serei eternamente grato por isso.

Por fim, agradeço especialmente à minha orientadora, Suely Mara vaz Guimarães de Araújo, que aceitou me ajudar nesse desafio. Tenho uma admiração muito grande pelo seu trabalho e gostaria de deixar registrado que foi uma honra poder trabalhar ao seu lado.

RESUMO

O debate acerca do financiamento de campanhas no Brasil ganhou mais destaque após a decisão do Supremo Tribunal Federal em 2015, que proibiu doações de empresas para partidos e candidatos. As eleições municipais de 2016 ocorreram sem o financiamento empresarial. Apesar da dinâmica do financiamento de campanhas ser um tema bastante explorado, as eleições municipais nem sempre são consideradas um tema muito procurado. Dessa forma, o presente estudo busca analisar a influência da proibição do financiamento por parte das empresas nas eleições municipais de 2016.

Palavras-chave: Financiamento de campanha; Eleições municipais; ADI 4650; Financiamento empresarial.

TABELAS E GRÁFICOS

Lista de Tabelas:

Tabela 1 – Desempenho dos candidatos nas eleições analisadas por região do país.....	15
Tabela 2 – Fontes de contribuições de campanha (Porcentagem)	17
Tabela 3 – Volume de recursos doados pelas empresas (2002 a 2014).....	18
Tabela 4 – Número de empresas que financiam as campanhas eleitorais e diretórios de partidos (2002 a 2014)	19
Tabela 5 – Recursos por região.....	28
Tabela 6 – Fontes de Recursos.....	29
Tabela 7 – Recursos arrecadados por candidatos eleitos e não eleitos	30
Tabela 8 – Sucesso eleitoral de 2012 dos partidos por região	33
Tabela 9 – Sucesso eleitoral de 2012 dos partidos por região	34
Tabela 10 – Média de arrecadação dos partidos por município.....	35
Tabela 11 – Municípios por partido.....	36

Lista de Gráficos:

Gráfico 1 - Média de recursos de candidatos eleitos e não eleitos, em 2012 e 2016.....	32
Gráfico 2 - Total de gastos entre candidatos eleitos X não eleitos nas capitais, em 2012	38
Gráfico 3 - Total de gastos entre candidatos eleitos X não eleitos nas capitais, em 2016	38

LISTA DE SIGLAS E ABREVIACÕES

STF	Supremo Tribunal Federal
ADI	Ação Direta de Inconstitucionalidade
TSE	Tribunal Superior Eleitoral
CFOAB	Conselho Federal da Ordem dos Advogados do Brasil
OAB	Ordem dos Advogados do Brasil
AGU	Advocacia Geral da União
PGR	Procuradoria Geral da República
PSDB	Partido da Social Democracia Brasileira
PT	Partido dos Trabalhadores
PMDB	Partido do Movimento Democrático Brasileiro
PSB	Partido Socialista Brasileiro
PDT	Partido Democrático Trabalhista
DEM	Democratas
PCdoB	Partido Comunista do Brasil
PSD	Partido Social Democrático
PP	Partido Progressista
PPS	Partido Popular Socialista
PR	Partido da República
PRB	Partido Republicano Brasileiro
PSOL	Partido Socialismo e Liberdade
PTC	Partido Trabalhista Cristão
PTN	Partido Trabalhista Nacional
PV	Partido Verde
PHS	Partido Humanista da Solidariedade
REDE	Rede Sustentabilidade
PMB	Partido da Mulher Brasileira
PMN	Partido da Mobilização Nacional
PSC	Partido Social Cristão
SD	Solidariedade

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	8
2. REVISÃO DE LITERATURA	9
2.1. Contexto Histórico do Financiamento Eleitoral Brasileiro	9
2.2. Recursos financeiros e os resultados eleitorais.	12
2.3. Participação das empresas como grandes financiadores.	17
3. METODOLOGIA	21
4. ADI 4650 – Decisão do Supremo Tribunal Federal sobre o financiamento.....	24
5. RESULTADOS E ANÁLISE	28
5.1. Rendimento dos Partidos.....	32
5.2. Resultados nas Capitais.....	37
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS	40

1. INTRODUÇÃO

O financiamento de campanhas pode ser considerado tema recorrente nos debates acadêmicos e nas propostas de reforma política no Brasil. Sobretudo, o financiamento eleitoral empresarial sempre possuiu maior destaque. Os debates acadêmicos acerca desse tema orbitam três questões principais: a influência dos recursos financeiros no resultado eleitoral, os benefícios obtidos pelos financiadores, e quais fatores explicam as contribuições desses recursos (Mancuso, 2015).

No Brasil, as propostas de reforma política costumam ter uma presença constante nas pautas do Congresso Nacional. Normalmente o debate ganha destaque logo após as eleições e vai até a metade do ano seguinte, após o recesso parlamentar esse tema costuma perder força e é naturalmente esquecido (Speck, 2015). Porém, em 2015 o Supremo Tribunal Federal finalizou o julgamento da ação direta de inconstitucionalidade 4650, proposta pela OAB, proibindo o financiamento eleitoral empresarial. Essa decisão modificou o calendário do Congresso quanto à reforma política, pois esse debate acabou ganhando forças e resultou na aprovação de mudanças que ficaram conhecidas como a minirreforma política de 2015. Assim, as eleições municipais de 2016 ocorreram sob a influência da minirreforma política e da decisão do STF.

Estudos referentes a participação das empresas na dinâmica do financiamento eleitoral voltados a explicar o impacto desse ator nos resultados eleitorais giram em torno de da associação entre os recursos arrecadados e os votos obtidos. Atualmente, existem várias pesquisas acadêmicas que fazem essa associação de forma a encontrar resultados muito sólidos (Mancuso, 2015). Entretanto, após aproximadamente duas décadas em que as empresas participam do financiamento eleitoral ocorreu uma eleição sem a presença desse ator, abrindo espaço para que essa agenda de pesquisa seja explorada a partir de outra perspectiva, sem os recursos empresariais.

A partir disso, esta pesquisa tenciona aferir o impacto da decisão do Supremo Tribunal Federal nas eleições: qual foi a influência da proibição do financiamento empresarial nos resultados eleitorais de 2016. Por se tratar de eleição municipal, optou-se por fazer um recorte e restringir a pesquisa para o cargo executivo nos 92 municípios brasileiros com mais de 200 mil eleitores, ou seja, nos municípios cuja eleição ocorre em dois turnos.

2. REVISÃO DE LITERATURA.

Neste capítulo será apresentado o contexto histórico do financiamento de campanhas no Brasil, com o recorte voltado para a atuação das empresas como doadores de campanhas. Em seguida, é exposta a questão de como os recursos financeiros se relacionam com os resultados eleitorais, para que se tenha uma visão geral de como esse tema vem sendo abordado no Brasil. Depois, é feita a abordagem dos recursos utilizados nas corridas eleitorais, para evidenciar a participação das empresas nas eleições gerais e municipais.

Essa abordagem inicial funcionará como base para se entender a relação entre o dinheiro gasto nas campanhas e o resultado das eleições, associada a relevância histórica das empresas como principais doadoras, será importante para se compreender o impacto da proibição do financiamento empresarial nas eleições municipais de 2016.

2.1. Contexto Histórico do Financiamento Eleitoral Brasileiro.

Fazendo uma retrospectiva sobre o assunto, percebe-se uma variedade de modificações feitas na regulação do financiamento eleitoral. No entanto, o recorte temporal abordado se inicia com as normas eleitorais adotadas durante o regime militar brasileiro e vai até as eleições municipais de 2016.. Esse recorte histórico leva em consideração duas grandes mudanças nas regras de financiamento eleitoral, com a legalização das doações vindas de empresas em 1993 e, posteriormente, em 2015 com a decisão do Supremo Tribunal Federal (STF) que proibiu a participação das empresas nos sistemas de doação de campanha.

Entre 1965 e 1992 as doações por parte das empresas eram proibidas, cabe lembrar que o Brasil passava por um regime militar. Essa proibição se dava pelo fato de que o regime militar vigente temia que os laços financeiros pudessem afetar no comportamento dos partidos ou que a legalização desses recursos abrisse espaço para que os sindicatos se aproximassem dos partidos por meio de doações (SPECK, 2015). Assim sendo, o artigo 56 da Lei Orgânica dos Partidos Políticos de 65 (Lei nº 4.740, de 15 de julho de 1965) vedava qualquer doação de empresa privada, pois o governo militar considerava essa aproximação dos partidos com as empresas algo perigoso para os interesses do Estado (Idem, 2015).

Ainda neste período, houve importantes modificações na legislação, algumas delas com grande influência na legislação atual como, por exemplo, a criação do fundo

partidário e o horário eleitoral gratuito. Em 1971 as proibições englobaram os recursos de entidades de classe ou sindical, empresas públicas, autarquias e fundações ligadas à órgãos governamentais, com a Lei 5.682. Além disso houve também a instituição da Lei Falcão (Lei 6.339, de 1º de julho de 1976), que delimitava a propaganda eleitoral na televisão e no rádio. Medidas que buscavam reduzir e controlar a força política do partido de oposição ao governo (Speck, 2006).

No entanto, as doações empresariais mantiveram-se proibidas até o *impeachment* do presidente Collor em 1992, quando uma série de investigações mostrou que a legislação vigente já não se adequava à realidade dos partidos e dos candidatos. Após a reabertura do governo civil em 1985, os partidos voltaram a recorrer ao financiamento de empresas que, na ilegalidade, doavam grandes quantidades de dinheiro aos candidatos sem que houvesse uma punição (SPECK, 2015). As normas legais não eram realmente aplicadas e serviam apenas de fachada, pois não existia um sistema de fiscalização e controle dos recursos utilizados durante a campanha.

A falta de opções para obtenção de recursos também colaborava para a discrepância existente entre a legislação vigente e o que acontecia durante as eleições (SPECK, 2010). O estopim de todo esse problema aconteceu quando o escândalo do presidente Collor veio à tona com o relatório da Comissão Parlamentar Mista de Inquérito que revelou o esquema de corrupção envolvendo Collor e Paulo César Farias.

No artigo “Pensando a reforma do sistema de financiamento da política no Brasil” de Bruno Speck (2015), o autor apresenta a ideia de que a legislação costuma surgir após as práticas de financiamento estarem instaladas no sistema eleitoral, isso ocorre pelo fato de os legisladores se interessam pelo tema somente após as práticas de financiamento começarem a se mostrar problemáticas. Isso pôde ser visto em 1993, pois a legislação não levava em consideração uma série de fatores que a impedia de ser cumprida. Por outro lado, o financiamento eleitoral por parte de empresas já era uma prática recorrente. Somente após uma série de acontecimentos que deram publicidade a essas práticas, como a investigação do caso Collor-PC, constatou-se que reformas eram necessárias para que as normas se adequassem à realidade (Idem, 2015).

A grande mudança na legislação se inicia em 1993 com a introdução de novas regras de doação na lei eleitoral. A normatização do financiamento empresarial nas corridas eleitorais foi, portanto, não só um movimento essencial para o regramento político como também uma alteração que se aproximava da realidade, pois o dinheiro doado pelas empresas era uma prática recorrente que precisava ser regulamentada. A

regulação do financiamento empresarial, além de se adequar a realidade, passou a levar em conta a necessidade de se ter mais transparência nas transações por meio do fortalecimento da prestação de contas junto à justiça eleitoral.

As regras criadas com a Lei 9.096 de 1995 (Lei dos Partidos Políticos), a Lei 9.504 de 1997 (Lei das Eleições) e a Lei Complementar 135 de 2010 (Lei da Ficha Limpa) deram ao sistema de financiamento eleitoral uma nova dinâmica. O fundo partidário, que no primeiro período era composto de um valor muito baixo, passou a ter uma importância muito maior para os partidos (Speck, 2015). O fundo passou a ser constituído por multas e penalidades pecuniárias; recursos financeiros destinados aos partidos; doações de pessoa física ou jurídica; e por valores monetários autorizados pela União nunca inferiores ao número de eleitores (artigo 38 da Lei 9.096/95).

Outra grande mudança no sistema de financiamento foi o fortalecimento da prestação e divulgação das contas eleitorais (MANCUSO; SPECK, 2014). O início da política de controle das doações eleitorais, já que os partidos e candidatos passaram a ter que prestar contas detalhadas sobre a arrecadação e gastos nas eleições. Atualmente, na América Latina, o Brasil é o país que mais se destaca quanto ao sistema de prestação de contas e transparência eleitoral, foram criados métodos bastante avançados que promovem rapidez e segurança ao processo. Tal avanço faz com que a Justiça eleitoral em conjunto com outros órgãos públicos aumente seus esforços para fiscalizar e punir possíveis fraudes (SPECK, 2010).

As regras estabelecidas em 1995 e 1997 perduraram por quase vinte anos sem modificações substanciais. Porém, a criação dessas normas possibilitou que os recursos financeiros utilizados nas campanhas eleitorais pudessem ser estudados, e a análise desses dados revelou que as eleições brasileiras estavam entre as mais caras do mundo (SAMUELS, AGUIAR). Com isso, o alto custo financeiro exigido pelas campanhas eleitorais Brasileiras passou a ser tema de debate entre os legisladores. Em um estudo de caso, Speck (2015) mostra que o debate em torno da reforma política acontece de forma cíclica, segundo ele, existe uma tendência de que esse tema seja discutido na Câmara e no Senado durante as duas primeiras sessões legislativas, pois é quando o tema está aquecido nas mídias. Após isso, o debate perde o “fôlego” e costuma ser esquecido.

Destarte, em 2015 o julgamento da ação direta de inconstitucionalidade – ADI 4650 pelo Supremo Tribunal Federal, considerou que o financiamento eleitoral por parte de pessoas jurídicas era inconstitucional e modificou mais uma vez todo o sistema de financiamento no Brasil. Até então, as doações das empresas estavam fortemente

presentes nas disputas para todos os cargos eletivos, sendo as grandes responsáveis pelo financiamento no Brasil (MANCUSO; SPECK, 2014). Os detalhes do processo que levou a proibição do financiamento empresarial ainda serão apresentados neste trabalho.

Ainda em 2015 o Congresso Nacional alterou o Código Eleitoral, com o que ficou conhecido como a minirreforma de 2015 (Lei 13.165/2015). Essa lei que trouxe algumas pequenas modificações para o sistema eleitoral, as principais foram: a redução do período de campanha para 45 dias, o tempo de propaganda foi reduzido de 45 para 35 dias, foi proibida a utilização de cavaletes e cartazes em vias públicas, entre outras. É possível verificar que as alterações ocorreram no sentido de reduzir a influência do dinheiro e baratear a corrida eleitoral.

A proibição do financiamento eleitoral por parte das empresas e as modificações feitas pelo Congresso foram aplicadas na eleição municipal de 2016. Essas modificações refletiram diretamente na dinâmica eleitoral, especialmente na parte financeira, abrindo assim uma grande oportunidade para que seja feita uma análise mais profunda sobre o tema.

2.2. Recursos financeiros e os resultados eleitorais.

O sucesso eleitoral pode ser determinado por fatores bastante complexos, sendo difícil determinar qual a melhor estratégia para obter acesso aos concorridos cargos eletivos. Fatores como o grau de escolaridade, o gênero, a atuação política, os recursos econômicos e vários outros, podem ter impactos distintos numa mesma corrida eleitoral (Peixoto, 2010). Essa complexidade tem atraído a atenção de pesquisadores que tentam explicar quais fatores geram maior impacto numa eleição. Przeworski, por exemplo, afirma que os resultados eleitorais dependem da relação de três recursos básicos, os recursos econômicos, organizacionais e ideológicos:

Os participantes da competição democrática investem recursos econômicos, organizacionais e ideológicos desiguais na disputa. Alguns grupos têm mais dinheiro do que outros para gastar na política. Alguns dispõem de mais competência e vantagens organizacionais do que outros. Uns possuem recursos ideológicos melhores, isto é, argumentos mais convincentes. Se as instituições democráticas são universalistas – isto é, neutras em relação à identidade dos participantes – os que detêm maiores somas de recursos têm mais probabilidades de sair vencedores nos conflitos submetidos ao processo democrático. (PRZEWORSKI, 1994 *apud* PEIXOTO, 2010).

Partindo da ideia de que o sucesso eleitoral é uma combinação complexa do investimento desses recursos, pesquisas voltadas para a mensuração do impacto de cada um deles têm sido cada vez mais frequentes. A análise sobre recursos e gastos eleitorais teve início no Brasil apenas em 1993, após a decisão do Congresso brasileiro de obrigar os partidos e candidatos a prestar contas à justiça eleitoral. Os dados divulgados pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE) passaram a servir de base para pesquisas acadêmicas relacionadas ao financiamento no Brasil (Samuels, 2001).

A obrigatoriedade da prestação de contas foi, sem dúvidas, um grande avanço para o sistema de financiamento de campanhas, que passou a ter maior controle e transparência sobre as fontes dos recursos gastos em campanhas. Porém, mesmo com o constante avanço na fiscalização, muitos ainda duvidam da veracidade das contas apresentadas pelos partidos e candidatos, e colocam em cheque as pesquisas produzidas a partir desses dados (Speck, Mancuso, 2014). Os argumentos dos que duvidam da veracidade das contas eleitorais apontam para o “caixa 2”, recursos doados aos partidos e candidatos em uma devida declaração à Justiça Eleitoral, como o que impossibilita a mensuração total dos recursos utilizados nas campanhas. Entretanto, Mancuso e Speck (2014, p. 139) levantam uma série de argumentos que validam a utilização dos dados divulgados pela justiça eleitoral, segundo eles:

A prestação de contas eleitorais é relativamente rápida e sua divulgação é transparente. Em agosto e setembro dos anos eleitorais, os partidos, os comitês e os candidatos precisam divulgar relatórios parciais de receitas e despesas em sítio da internet criado pela Justiça Eleitoral. Até trinta dias depois da realização das eleições, devem enviar as prestações de contas finais, discriminando receitas (agora com indicação de doadores e valores doados) e despesas. De posse das informações, a Justiça Eleitoral logo as disponibiliza para consulta, em formato eletrônico. Em segundo lugar, o volume bilionário de receitas e despesas é grande demais, fazendo valer a pena o esforço de estudar as contas eleitorais, em vez de descartá-las categoricamente, com base em uma suspeita generalizada sobre a sua validade. As prestações de contas incluem informações interessantes, tais como aportes milionários de doadores que têm relações contratuais com o poder público. Os dados disponíveis merecem análise detalhada, porque podem revelar detalhes importantes sobre a relação entre o poder econômico e o poder político no país. Em terceiro lugar, se é verdade que o sistema de financiamento político no Brasil é bastante liberal, estabelecendo tetos extremamente permissivos para gastos e doações eleitorais – sobretudo no caso dos grandes doadores –, também é verdade que a Justiça Eleitoral tem aumentado seus esforços para fiscalizar as prestações de contas, e tem colaborado com órgãos públicos. Há cada vez menos motivos para não incluir corretamente as receitas e as despesas nas prestações de contas. Tanto para os doadores

quanto para os recebedores, as doações não declaradas são um risco desnecessário. O custo do caixa um é baixo e o do caixa dois está aumentando.

Com base nos dados disponibilizados pelo TSE, vários estudos voltaram-se para as finanças eleitorais. Esses estudos são fundamentais para se compreender os processos democráticos utilizados na maior parte dos países ocidentais, já que a análise da influência dos recursos financeiros permite que sejam identificados os níveis de igualdade representativa a partir dos principais aspectos organizacionais e eleitorais (MARCELINO, 2010). A crescente transparência das contas eleitorais em conjunto com as voluptuosas doações, sobretudo por parte das empresas, impulsionou trabalhos sobre o financiamento das campanhas no Brasil.

No *paper* “*Money, elections and democracy*”, Samuels (2001) apresenta uma análise sobre o impacto do dinheiro nas eleições para o cargo de Deputado Federal em 1994 e 1998. O autor identifica que o número de votos estava diretamente ligado ao financiamento de campanha obtido pelos candidatos. Através de uma análise de regressão de mínimos quadrados simples, fica claro que cada porcentagem extra de todo o dinheiro do Estado em que o candidato concorre significava mais 0,31% dos votos do estado. Dessa forma, os candidatos que conseguiam arrecadar valores acima da média geral tinham mais chances de vencer a eleição. Pode parecer pouco, mas no Brasil os candidatos ao poder legislativo federal conseguem se eleger com menos de 5% dos votos, graças ao tamanho das circunscrições eleitorais. Assim sendo, nas eleições de 1994 e 1998 70% dos candidatos que tiveram acesso a mais de 5% de todo dinheiro do Estado conseguiram se eleger (Idem, 2001).

Em outro trabalho, Samuels (2002) analisa a relação entre *pork barrel*, financiamento de campanha e votos para os Deputados Federais que queriam se reeleger em 1994. O autor propôs que no Brasil não havia a relação direta entre *pork barrel* e o número de votos, já que reivindicar os créditos pela conquista do *pork* é uma tarefa muito complicada para os deputados brasileiros. O executivo costuma ficar com o mérito pelas melhorias voltadas à população. Além disso, os deputados não tinham nenhuma garantia de que suas emendas seriam executadas, já que neste período o executivo tinha um controle maior sobre as emendas orçamentárias, dando sempre preferência aos deputados da base. Porém, as disputas pelo *pork barrel* eram constantes e o impacto disso na reeleição era positivo. Logo, Samuels chegou à conclusão de que existia uma relação indireta entre o *pork* e o sucesso eleitoral, pois a conquista do *pork* estava relacionada ao

apoio corporativo das empresas beneficiadas por aquelas ações, apoio que era traduzido em doações financeiras durante a corrida eleitoral:

Em contraste com *pork*, o financiamento das campanhas é uma ferramenta extremamente eficaz para que os políticos brasileiros gerem informações que promovam suas campanhas de voto pessoais. O motivo para isso é muito simples: o dinheiro é um recurso político muito mais fungível e exclusivo do que *pork* (SAMUELS, 2002, pp. 850, 851).

Também com o objetivo de analisar os impactos dos gastos de campanha nos processos eleitorais, Marcelino (2010) utilizou as eleições de 2002 e 2006 para a Câmara dos Deputados e para o Senado Federal para comparar os efeitos dos gastos entre os estados e entre os sistemas de eleição majoritário e proporcional. A comparação dos valores gastos nas campanhas entre os estados mostrou que os valores não seguem um padrão, os gastos variam de estado para estado. Já a comparação dos valores entre os tipos de eleição - majoritário e proporcional – mostrou que o impacto dos recursos financeiros varia mais nas eleições proporcionais. Finalmente, o autor mostra que o dinheiro é sim um valioso recurso numa corrida eleitoral, mas não é o único fator determinante.

Saindo das análises do legislativo federal e partindo para as eleições municipais, Cervi (2010) teve como foco a eleição municipal de 2008 para testar a correlação entre as doações empresariais e o desempenho eleitoral dos candidatos e a existência da relação direta entre o volume de dinheiro doado e a ideologia partidária nas capitais estaduais. A Tabela 1 a seguir mostra resume as informações analisadas pelo autor.

Tabela 1 - Desempenho dos candidatos nas eleições analisadas por região do país

Região	Centro-Oeste	Nordeste	Norte	Sudeste	Sul	Total
Número de candidatos	14	61	38	37	23	173
Número de capitais	3	9	7	4	3	26
Média de candidatos a prefeito por capital	4,67	6,78	5,43	9,25	7,67	6,65
Eleições definidas no primeiro turno	2 (66,6%)	7 (77,7%)	4 (57,1%)	1 (25%)	1 (33,3%)	15 (57,7%)
IDH-2000 – capitais	0,821	0,782	0,779	0,842	0,864	0,808
Média de gastos declarados/candidato	352.156,80	322.135,32	223.620,61	544.777,66	482.024,15	384.942,90
Desvio padrão gastos declarados	450.411,40	581.500,35	528.096,81	1.045.708,82	888.294,91	698.802,46

Gastos médios R\$/voto	3,51	4,09	3,69	1,97	7,84	4,22
Desvio padrão média R\$/voto	3,98	5,67	6,45	2,43	12,43	6,19
% doações de pessoas físicas	31,55	47,77	37,86	40,71	20,78	39,16
% doação de pessoas Jurídicas	34,81	15,42	14,29	20,19	34,92	20,4
% de recursos partidários	26,49	26,51	36,51	21,87	31,96	28,35
% não inserido no modelo	7,14	10,29	11,33	17,22	12,32	12,08

Fonte: Cervi (2010, p. 150).

Assim como os outros autores, Cervi também verificou que o dinheiro gera um grande impacto na corrida eleitoral e que o sucesso do candidato depende do investimento de recursos financeiros em sua campanha. Ao analisar a prestação de contas de todos os candidatos ao cargo de prefeito das capitais brasileiras, o autor concluiu que as doações de pessoas jurídicas, mais do que os outros recursos, foram muito significativas para a obtenção de votos. Outro ponto importante levantado pelo autor foi que não foi possível verificar uma correlação entre as doações das empresas com a ideologia dos partidos. Os números levantados mostram que os candidatos de todos os partidos dentro do espectro ideológico receberam doações de empresas, mostrando que o financiamento empresarial não possui ideologia partidária. Porém, o autor mostra que os recursos financeiros das empresas estavam relacionados ao desempenho dos candidatos. Candidatos eleitos no primeiro e no segundo turno receberam mais recursos de pessoas jurídicas, enquanto candidatos derrotados no primeiro turno contaram com menos recursos de empresas.

A literatura sobre o tema do financiamento eleitoral segue um padrão linear ao relacionar recursos financeiros com o sucesso eleitoral, todos os autores aqui apresentados chegaram à conclusão de que existe, em maior ou menor grau, a relação entre recursos financeiros e o sucesso eleitoral. É de se esperar que eleições em países democráticos de larga escala tenham grandes custos financeiros e que naturalmente esses recursos tenham alguma interferência no processo eleitoral. Porém, a própria democracia representativa exige que todos os cidadãos tenham o direito de concorrer aos cargos representativos, mas a realidade é que existem filtros que impedem o acesso a disputa eleitoral.

2.3. Participação das empresas como grandes financiadores.

A participação das empresas como doadores de campanhas sempre despertou o debate sobre o incentivo que essas entidades possuem para financiar um candidato ou um partido. Atualmente, os inúmeros casos de corrupção envolvendo atores públicos e empresas fizeram com que a população conectasse o financiamento político pelo setor privado à compra da eleição, como se o próprio sistema fosse corrompido pelo dinheiro das empresas (SPECK, 2016). Os estudos do financiamento de campanhas por parte de empresas tentam esclarecer a relação entre as doações e a obtenção de benefício por parte dos candidatos vencedores.

Dessa forma, os aportes financeiros feitos por empresas possuem um longo histórico no Brasil. De acordo com a Tabela 2, as fontes de contribuição de campanha apresentadas por Samuels (2001) mostram que as empresas foram os principais doadores, responsáveis por mais da metade de todos os recursos arrecadados nas eleições gerais de 1994 e 1998.

Tabela 2 - Fontes de contribuições de campanha (Porcentagem)

	Tipo de doador	Presidencial	Governo	Senado	Câmara dos Deputados
1994	Corporações	96,9	85,3	81,7	61,8
	Pessoa Física	3,1	13,4	16,5	37,5
	Partido	0	0,7	0,2	0,2
	Não identificado	0	0,6	1,7	0,5
	Total	100	100	100	100
1998	Corporações	93,7	68,7	42,6	56,8
	Pessoa Física	3	14,5	26,5	40,9
	Partido	3,1	0,3	19,2	0,5
	Não identificado	0,2	16,5	11,7	1,8
	Total	100	100	100	100

Fonte: Samuels (2001, p. 8).

A Tabela 2 mostra que as empresas, chamadas de corporações pelo autor, foram responsáveis pela maior parte das doações feitas nos dois períodos eleitorais. Destaca-se o fato de que as eleições gerais de 1994 foram as primeiras em que esse tipo de recurso

era considerado legal, e sua presença como fonte de recurso majoritário em quase todos os cargos evidencia certa permissividade quanto aos limites de doação.

O sistema de financiamento de campanhas norte-americano possui alguns mecanismos para reduzir a influência das empresas sobre os candidatos. Isso ocorre por meio dos *Political Action Committee* (PACs), que são o único canal de contribuição para as empresas e o limite de contribuição, em 1994, era de 5 mil dólares por candidato. Já no Brasil, as doações de forma direta para o candidato e os limites estabelecidos com base nos rendimentos do ano anterior favorecem os interesses das empresas sobre os candidatos (SAMUELS, 2001).

Seguindo o histórico de participação das empresas como principais doadores das corridas eleitorais Brasileiras, Speck (2016) reuniu o volume de recursos alocados pelas empresas nas disputas nacionais no período entre 2002 e 2014, com valores atualizados pelo índice IPG-M para outubro de 2015. A Tabela 3 apresenta a soma dos recursos doados aos candidatos e partidos por cargo disputado.

Tabela 3 - Volume de recursos doados pelas empresas (2002 a 2014)

	2002	2006	2010	2014
Presidente	s/i	219.881.430,16	296.936.374,37	560.339.977,58
Senador	119.836.245,04	81.803.856,89	206.394.559,10	80.690.844,87
Deputado Federal	278.897.418,14	402.937.867,26	503.014.202,01	375.644.580,27
Partidos				
Diretórios Nacionais	s/i	s/i	584.467.916,75	901.427.751,51
Governador	297.584.511,03	413.113.380,78	500.810.285,47	314.718.132,22
Deputado Estadual	207.219.275,05	289.912.677,48	396.248.702,58	315.492.876,70
Partidos				
Diretórios Estaduais	s/i	s/i	348.999.869,98	542.481.787,07
Soma	903.537.449,26	1.407.649.212,57	2.836.871.910,26	3.090.795.950,22

Fonte: Speck (2016, p. 6).

Segundo Speck, alguns fatores atrapalham uma análise mais profunda da tabela, como a falta de dados referentes aos valores doados aos partidos políticos nos anos de 2002 e 2006, pois nesses anos as prestações de contas dos partidos ainda não eram divulgadas. Além disso, as doações para presidente na eleição de 2002 não estavam disponíveis em sua totalidade, e as disputas ao cargo de senador variam o número de cargos disponíveis a cada pleito, o que justifica a queda dos valores doados entre um

pleito e outro. Porém, de forma geral, é possível verificar o aumento da participação das empresas como grandes doadores de campanhas, já que a soma das quantias doadas para os respectivos cargos chega a 3 bilhões de reais nas eleições gerais de 2014.

Mesmo com as questões prejudiciais, é possível observar a tendência do crescimento dos recursos doados aos candidatos a presidente, com uma diferença de aproximadamente 340 milhões de reais entre 2006 e 2014. Em segundo lugar estão as taxas de crescimento dos recursos aportados aos diretórios nacionais e estaduais, chegando a 320 milhões de diferença nos diretórios nacionais, e 193 milhões nos estaduais. Isso equivale a um aumento de quase 55% nos dois casos. Os cargos de Deputado Federal, Deputado Estadual e Governador apresentaram uma tendência de crescimento durante os três primeiros pleitos, porém em 2014 os recursos tiveram uma queda de aproximadamente 20%. Por fim, as doações para os candidatos ao cargo de Senador mantiveram-se constantes, levando em consideração a variação do número de cargos disputados em cada eleição.

A quantia doada pelas empresas pode se traduzir no interesse na influência sobre os resultados eleitorais, pois, conforme apresentado na seção anterior, os recursos financeiros estão diretamente relacionados ao sucesso eleitoral. De certo modo, o poder de influenciar as eleições traz consigo os possíveis benefícios políticos para os financiadores. A Tabela 4 mostra o número de empresas doadoras no mesmo período.

Tabela 4 - Número de empresas que financiam as campanhas eleitorais e diretórios de partidos (2002 a 2014)

	2002	2006	2010	2014
Presidente	s/i	602	583	528
Senador	1.101	874	1.884	717,00
Deputado Federal	6.017	9.369	10.122	8.360,00
Partidos				
Diretórios Nacionais	s/i	s/i	614	1.013
Governador	1.857	2.731	2.600	2.649,00
Deputado Estadual	8.315	12.409	13.982	10.950
Partidos				
Diretórios Estaduais	s/i	s/i	1.359	2.261
Soma	17.369	25.985	31.144	26.478

Fonte: Speck (2016, p. 7).

A tabela enfrenta os mesmos problemas da falta de dados apresentados na tabela anterior, porém o número de empresas doadoras variou entre 17 mil e 31 mil, com o aumento geral nas três primeiras eleições. A quantidade de empresas doadoras para os cargos de Deputado Federal e Estadual ultrapassa os 10 mil em alguns casos. Para presidente, o número fica entre 500 e 650. Governador são aproximadamente 2000 e 3000, para Senador o valor fica na faixa de 800 empresas. Os diretórios nacionais e estaduais conseguiram quase dobrar o número de empresas doadoras entre a eleição de 2010 e 2014. Esse crescente número de doadores é apontado como uma possível nova estratégia de financiamento de campanhas, em que as empresas estão deixando de doar diretamente para os candidatos e estão dando mais importância para as doações aos partidos, como uma forma de garantir uma maior influência política (SPECK, 2016). Porém, essa migração de recursos também pode ser vista como uma forma de ocultar a relação direta entre o candidato e a empresa (Idem, 2016).

Assim sendo, é possível verificar o histórico da participação das empresas como financiadoras de campanhas no Brasil. Essa participação em massa, tanto no número de empresas, quanto nos valores doados na última década, impulsionou o debate sobre a constitucionalidade do financiamento de campanhas no Brasil. Além da teoria apresentada neste capítulo, este trabalho mostrará os principais argumentos utilizados a favor e contra utilizados no processo que resultou na proibição da doação de aportes empresariais no financiamento de campanhas. Além disso, será apresentado um estudo comparativo das eleições municipais de 2012 e 2016, com a finalidade de mostrar os impactos financeiros e políticos do fim das doações de empresas.

3. METODOLOGIA.

Este trabalho busca responder qual foi a influência da proibição das doações de empresas nas eleições municipais de 2016. Deste modo, o trabalho se estrutura em seis capítulos, com três partes principais, sendo elas: a revisão bibliográfica, o resultado do julgamento da ADI 4650/15, e os resultados e a análise da pesquisa.

Optou-se por utilizar o método comparativo na análise dos dados, frequentemente aplicado em pesquisas científicas que possuem o objeto de estudar o resultado de alterações causadas por um fenômeno específico (GIL, 2008). Neste caso, busca-se averiguar a influência da proibição do financiamento das empresas nas campanhas eleitorais brasileiras, com o intuito de verificar quais foram as consequências dessa proibição na eleição para o cargo de prefeito em 2016.

Além do estudo de caso, a pesquisa possui caráter descritivo, de modo a apresentar a revisão bibliográfica, exposta no capítulo anterior, apresentando o contexto histórico geral do financiamento eleitoral no Brasil, a relação entre os recursos financeiros e os resultados eleitorais e, por fim, a presença histórica das empresas como financiadoras de campanhas.

Dessa forma, a revisão bibliográfica buscou elucidar as principais mudanças na legislação eleitoral, demonstrando que o sistema de financiamento não é estático e tende a se adaptar às circunstâncias do período em que se encontra. Cabe ressaltar que no Brasil as pesquisas empíricas só foram possíveis após a mudança da legislação que fortaleceu a fiscalização e obrigou que partidos e candidatos prestassem contas dos recursos financeiros movimentados nas eleições. Isso possibilitou a criação dessa linha de pesquisa no Brasil, fornecendo um embasamento teórico para futuros pesquisadores

A segunda fase deste trabalho apresenta um panorama geral do julgamento da Ação Direta de Inconstitucionalidade 4650, proposta pelo Conselho Federal da Ordem dos Advogados do Brasil. Este capítulo busca evidenciar os votos dos Ministros do STF, apresentando o posicionamento de cada um deles. Além disso, mostra os principais argumentos das instituições que defenderam a permanência das empresas no sistema de financiamento de campanhas e das que se posicionaram contra durante o julgamento. De modo a mostrar o posicionamento dos atores que tiveram influência direta no processo.

Os dados foram coletados no sítio eletrônico do TSE, a partir da disponibilização da prestação de contas dos candidatos ao cargo de prefeito nas eleições de 2012 e 2016. Optou-se por analisar os recursos arrecadados dos dois candidatos mais votados de todos

os 92 municípios brasileiros onde a eleição ocorre em dois turnos, por haver mais de 200 mil eleitores. A escolha dos municípios se deu em virtude da dinâmica de dois turnos e da grande quantidade de eleitores. Fatores que encarecem a eleição e, por consequência, evidenciam a relação entre os recursos financeiros e o sucesso eleitoral.

A partir disso, todos os recursos arrecadados foram separados em quatro fontes principais:

- (i) Recursos de Empresas, todo o dinheiro doado por pessoas jurídicas de direito privado;
- (ii) Recursos de Pessoa Física, recursos da própria população;
- (iii) Recursos Próprios, todo o dinheiro proveniente do candidato e do candidato a vice-prefeito.
- (iv) Recursos Partidários, todos aqueles provenientes do partido, dos comitês financeiros, dos diretórios de partido e outros candidatos;

Com o intuito de facilitar a separação dos recursos, optou-se por agrupar os recursos advindos dos comitês financeiros, diretórios partidários e de outros candidatos. Durante a coleta dos dados, verificou-se que a quantia de recursos doados por outros candidatos era muito pequena e não chegava na faixa de 3% do total de recursos doados. Por esse motivo, foram alocados junto aos recursos partidários.

Dessa forma, os dados apresentados neste trabalho foram verificados com precisão, de forma a evitar qualquer equívoco. Em virtude da extensiva base de dados, a pesquisa acabou se limitando aos recursos arrecadados, para evidenciar apenas o impacto da decisão do STF.

A partir das ferramentas disponíveis no Excel, montou-se uma tabela com as variáveis quantitativas: Recursos Partidários, Recursos de Empresas, Recursos de Pessoa Física e Recursos Próprios; as variáveis *dummies*: Capital ou não, Região, e Eleito ou Não; e por fim, as variáveis qualitativas: UF, Município, Candidato e Partido. Com isso, foram extraídas as médias de arrecadação por região, as médias de arrecadação nas capitais para que pudesse se comparar a variação da média entre as eleições. Foi feito também o levantamento dos partidos que perderam municípios e os que mais ganharam de 2012 para 2016. Por fim, o banco de dados possibilitou a análise do fluxo de dinheiro após a decisão do STF. A análise dos dados é relevante para elucidar a questão central levantada por essa monografia, o impacto da decisão do STF nas eleições municipais de 2016.

Cabe ressaltar que a pesquisa possui limitações inerentes ao tempo em que está sendo produzida, visto que a decisão do STF só atingiu uma eleição até o momento, portanto, não é possível verificar as consequências em outras eleições. Outra limitação temporal da pesquisa se relaciona ao curto período de tempo disponível para o levantamento de dados, de forma que não foi possível detalhar as doações feitas pelos diretórios partidários e comitês, não sendo possível mostrar com precisão as fontes financeiras vindas de empresas por meio dos comitês e diretórios partidários na eleição de 2012.

Porém, será possível demonstrar, comparando as duas eleições, a participação das empresas nos recursos partidários. Por fim, a pesquisa se restringiu à apresentação da prestação de contas apenas do ganhador e do segundo colocado, pois tinha o tempo como fator limitante.

O próximo capítulo apresentará uma síntese do processo que levou a proibição do financiamento de campanhas por parte das empresas. Posteriormente, serão apresentados os dados coletados com os resultados encontrados até o momento. Para isso, será feita a análise a partir da comparação dos dados referentes ao pleito de 2012, em que o financiamento por parte das empresas era considerado constitucional, e 2016, quando essa modalidade de financiamento era considerada como inconstitucional.

4. ADI 4650 – Decisão do Supremo Tribunal Federal sobre o financiamento.

A presença histórica das empresas como principais doadores de campanha no Brasil sempre esteve no centro dos debates sobre o financiamento eleitoral. A Constituição de 1988 estabeleceu uma moldura inicial de como o financiamento deveria ser tratado no Brasil, mas foram a Lei dos partidos políticos e a Lei das Eleições que forneceram um modelo fechado de como seria a dinâmica do financiamento. A normatização da dinâmica eleitoral surgiu como um grande avanço para a regulação e o controle do fluxo de dinheiro nas eleições. Porém, de acordo com o contexto histórico, já abordado neste trabalho, as leis que regulavam o financiamento foram criadas após a existência de práticas de financiamento que já estavam fortemente instaladas.

Em setembro de 2011, o Conselho Federal da Ordem dos Advogados do Brasil (CFOAB) propôs uma Ação Direta de Inconstitucionalidade ao Supremo Tribunal Federal, questionando dispositivos da Lei dos Partidos Políticos e a Lei das Eleições. A ADI 4650/11 tinha como base a proibição e declaração de inconstitucionalidade das doações de pessoas jurídicas a candidatos e partidos políticos, das regras que estabeleciam o teto das doações de pessoa física e das doações de recursos próprios do candidato – permitindo que as regras atuais continuassem valendo por 24 meses para evitar uma lacuna jurídica – e, por fim, a recomendação de que o poder legislativo, em até 18 meses, estabelecesse um limite em patamar baixo o suficiente para não comprometer excessivamente a igualdade nas eleições para o teto das doações de pessoas físicas e o uso de recursos próprios pelos candidatos, sob pena de atribuir ao Tribunal Superior Eleitoral a competência para regular provisoriamente tal questão (ADI 4650/DF, inteiro teor do acórdão).

O Conselho Federal da OAB baseou-se na ideia de que os dispositivos legais vigentes maximizavam os vícios da dinâmica do processo eleitoral, gerando dependência da política em relação aos recursos financeiros e desigualando a disputa eleitoral, já que os candidatos com maior capacidade de arrecadação tinham maiores vantagens. Como testado por meio de pesquisas empíricas feitas pelos autores apresentados no Capítulo 2, existe sim essa relação entre os recursos financeiros e o sucesso eleitoral e é possível verificar a presença constante das empresas como principais doadores de campanha. Dessa forma, esses vícios teriam resultados bastante negativos para a democracia, pois os mais ricos acabam tendo mais influência sobre o resultado das eleições e, por consequência, mais influência no campo das decisões do poder público, além de

desestimular a candidatura de cidadãos com menos poder de arrecadação financeira, e, por fim, políticos podem beneficiar seus financiadores como forma de retribuição (SPECK, 2014).

No primeiro momento, o Conselho Federal da OAB argumentou que os critérios adotados para o financiamento de campanhas melindram o princípio da isonomia, o princípio democrático, o princípio republicano e o princípio da proporcionalidade, todos presentes na Constituição Federal de 1988. Segundo a OAB, a isonomia seria afetada no sentido de que a legislação acentuava as desigualdades políticas e sociais, já que o limite de doação imposto é baseado no valor total bruto arrecadado no ano anterior, algo que reafirma a desigualdade pois confere pesos diferentes aos cidadãos e empresas. Além disso, o teto de gastos era estipulado pelo próprio partido, desequilibrando a competição eleitoral, já que candidatos concorriam numa mesma circunscrição eleitoral com diferentes limites de gastos, o que beneficiava os que possuíam de mais dinheiro.

Seguindo a argumentação do CFOAB, a legislação infundiria elementos fortemente plutocráticos na democracia brasileira, ao transformar o dinheiro no “grande eleitor”, prezando pelos interesses do capital em detrimento de interesses da sociedade, o que afetava diretamente o princípio democrático (ADI 4650/DF, inteiro teor do acórdão). A vulnerabilidade do princípio republicano estaria na tendência que os políticos, fazendo uso da máquina pública, teriam em beneficiar os interesses de seus principais financiadores. Por fim, o CFOAB alegou que a junção de todos esses fatores prejudicava o princípio da proporcionalidade, já que a legislação não estaria de acordo com a igualdade, a democracia e o princípio republicano.

A ADI teve o apoio do Ministério Público Federal, que proferiu um parecer favorável, argumentando no sentido de que a Constituição preza pela proteção e legitimidade das eleições contra o poder econômico e que a legislação vigente não garantia a igualdade no processo eleitoral. Além disso, por não representarem interesses públicos ou sociais, as empresas não poderiam interferir no processo eleitoral.

Por outro lado, a Presidência da República apresentou suas informações de modo a defender a constitucionalidade dos dispositivos impugnados. O parecer apresentado ao STF sustentava a impossibilidade de retirar o valor das pessoas jurídicas do processo eleitoral, visto que elas são sim um segmento da sociedade e que a possibilidade de que as empresas financiem eleições, por si só, não traria nenhum desequilíbrio, desde que fossem respeitados os tetos fixados pela legislação. Além disso, o parecer afirma que o

foco do debate deveria se voltar aos mecanismos de controle e transparência, visto que as normas por si só não impedem que existam práticas paralelas de financiamento.

A Presidência da Câmara manifestou-se pela constitucionalidade da matéria julgada, ressaltando que as normas questionadas no processo seguiram todo o trâmite constitucional para sua criação e que se tratava de uma decisão do Congresso Nacional. Além disso, seria incabível a solicitação do CFOAB de que o Congresso editasse uma lei estabelecendo um limite *per capita* uniforme para doações a campanhas eleitorais ou a partidos políticos. Por sua vez, a Presidência do Senado Federal também se manifestou pela constitucionalidade das normas e se embasou na tese de que não existia a possibilidade de haver violações aos princípios constitucionais apresentados pelo CFOAB, visto que o próprio sistema eleitoral possui diversos mecanismos que equilibram a disputa eleitoral, como a fiscalização das contas, o limite dos gastos, a distribuição de gastos públicos etc.

Por fim, a AGU, na qualidade de defensor da legislação, manifestou-se pelo não conhecimento parcial da ADI, visto que parte da proposta do CFOAB vai contra o princípio da divisão dos poderes. Quanto aos outros itens presentes na ADI, a AGU defendeu que inexistiam fundamentos constitucionais que proibissem a participação das empresas no processo eleitoral, já que a Constituição não traz um modelo prévio de como se deve ocorrer o processo eleitoral, deixando a cargo do legislativo a regulamentação desse processo. A AGU ainda defendeu que pessoas jurídicas são atores legítimos no processo político e que devem ter o direito de participar como doadores financeiros.

Dando sequência ao rito que levou a proibição do financiamento de campanhas por parte das pessoas jurídicas, foi realizada uma audiência pública para subsidiar a Corte Suprema quanto ao mérito da questão – o sistema brasileiro de financiamento eleitoral. Foram convidados 30 especialistas, entre eles acadêmicos, representantes de partidos políticos e ex-ministros do TSE, que levaram informações empíricas que ajudaram a esclarecer as consequências concretas do modelo vigente de financiamento de campanhas e sobre a democracia, além de levar a opinião da sociedade civil organizada sobre o tema. Após a realização da audiência pública, a PGR emitiu parecer acerca dos pontos debatidos e requerendo a procedência dos pedidos.

Finalizando o processo da ADI, o Ministro Luis Fux – relator do processo – ressaltou em seu voto a necessidade de uma grande reforma política para corrigir o que ele chamou de desvios e disfunções da democracia. Ainda em seu voto, o Ministro do STF afirmou existir uma crise de representatividade, na qual existia uma polarização entre

os cidadãos, que se distanciavam cada vez mais da política, e os atores políticos, que privilegiam interesses privados em detrimento do interesse público. Dessa forma, o voto do relator levou em consideração a crescente influência do poder econômico sobre o processo político e o constante encarecimento das eleições, que julgou procedente em parte o pedido formulado pela ADI, para declarar a inconstitucionalidade da participação de empresas no sistema de financiamento de campanhas. Seguiram o voto do relator os Ministros Joaquim Barbosa, Dias Toffoli, Luís Roberto Barroso, Marco Aurélio Mello, Ricardo Lewandowski, Rosa Weber e Cármen Lúcia. Por outro lado, os Ministros Teori Zavaski, Celso de Mello e Gilmar Mendes votaram pela constitucionalidade da matéria, seguindo a tese de que pessoas jurídicas possuem interesses legítimos e que esses interesses devem ser regulamentados pelo sistema jurídico, ressaltando a importância do controle e da fiscalização para que não exista abuso do poder econômico sobre o processo político. Sendo assim, não haveria inconstitucionalidade nos dispositivos apresentados pelo CFOAB, e que as pessoas jurídicas poderiam contribuir financeiramente para candidatos e partidos, desde que sob fiscalização efetiva.

Por oito votos a três, o STF entendeu que a contribuição das empresas para o financiamento de campanhas era inconstitucional. Já com validade para as eleições municipais de 2016, a decisão do STF modificou toda a dinâmica do financiamento de campanhas e inflamou o debate sobre reforma política no Congresso Nacional. Quanto à reforma eleitoral, o debate influenciado pela decisão do STF resultou na aprovação de duas leis que modificam as regras eleitorais, a Lei 13.487/2017, que cria um fundo especial de financiamento de campanha, totalmente público com o valor aproximado de 1,7 bilhões de reais; e a Lei 13.488/2017, que regulamenta o uso desses recursos. Já a mudança da dinâmica do financiamento eleitoral nas eleições municipais de 2016 criou a oportunidade de verificar como é uma corrida eleitoral sem a participação das empresas como principais doadoras de recursos e qual foi o impacto disso. O próximo capítulo apresenta o resultado das análises comparativas para que se entenda a dimensão do impacto da decisão do STF.

5. RESULTADOS E ANÁLISE.

Após uma breve apresentação do processo que proibiu a participação das empresas no financiamento de campanhas, este capítulo apresentará a análise dos dados coletados no site do TSE sobre o financiamento de campanha das eleições municipais de 2012 e 2016.

Conforme apresentado na revisão bibliográfica, os recursos financeiros estão relacionados, em maior ou menor grau, ao sucesso eleitoral. Além disso, as empresas estiveram presentes como doadores nos pleitos eleitorais desde a redemocratização do Brasil. A participação das empresas como doadores de recursos financeiros no processo eleitoral merece um estudo mais profundo, para que sejam explicados os fatores predominantes que incentivam a participação desse ator. Este capítulo busca apresentar a influência da participação das empresas no financiamento eleitoral por meio da análise dos dados coletados no site do TSE.

Após o entendimento do STF de que os dispositivos presentes na Lei das Eleições e na Lei dos Partidos não estavam de acordo com a Constituição Federal, as empresas foram obrigadas a sair do sistema de financiamento de campanhas. Isso abriu oportunidade para se analisar o impacto dessa proibição nas eleições municipais de 2016.

Para isso, como anteriormente explicado, foram comparados os dados referentes as doações de campanhas de candidatos ao cargo de prefeito, nas eleições de 2012 e 2016, dos 92 municípios brasileiros com mais de 200 mil eleitores. Os valores arrecadados pelos candidatos foram divididos em recursos de empresas, recursos de pessoa física, recursos próprios, e recursos partidários. Inicialmente, comparando os totais arrecadados nas duas eleições é possível verificar uma redução considerável dos valores totais. A Tabela 5 mostra o total arrecadado por região.

Tabela 5 - Recursos por região

Região	Recursos 2012	Recursos 2016
Sul	R\$ 60.425.025,97	R\$ 27.704.855,09
Sudeste	R\$ 339.374.249,48	R\$ 123.894.112,89
Centro-Oeste	R\$ 49.765.159,00	R\$ 19.448.975,24
Nordeste	R\$ 136.098.118,83	R\$ 55.285.688,50
Norte	R\$ 37.436.934,27	R\$ 19.451.145,91
Total Geral	R\$ 623.099.487,55	R\$ 245.784.777,63

Fonte: TSE – organizado pelo autor.

É possível verificar queda substancial dos valores arrecadados entre as eleições de 2012 e 2016, a soma de todos os recursos arrecadados em 2012 chega a ser mais que o dobro dos recursos doados em 2016, apresentando um decréscimo de 377.314.709,92 reais. Em princípio, não se pode afirmar que a diferença de 377 milhões é totalmente atribuída à proibição dos recursos empresariais, pois, além da proibição dos recursos de empresas, a minirreforma de 2015 criou novas regras no sentido de reduzir os gastos nas eleições. Porém, pode-se afirmar que a saída das empresas do financiamento de campanhas contribuiu substancialmente para a redução dos recursos utilizados nas campanhas.

Partindo para uma análise mais geral dos recursos arrecadados, a Tabela 6 mostra os valores por tipo de doador.

Tabela 6 - Fontes de Recursos

	Tipo de doador	Recursos (R\$)	(%)
2012	Autofinanciamento	34.704.376,31	5,6
	Pessoa Física	40.822.462,13	6,6
	Empresas	132.537.647,56	21,2
	Recursos Partidários	415.035.001,55	66,6
2016	Autofinanciamento	42.417.343,64	17,2
	Pessoa Física	99.280.725,46	40,4
	Recursos Partidários	104.086.708,53	42,4

Fonte: TSE – organizado pelo autor.

Comparando os valores apresentados na Tabela 6, é possível verificar o aumento dos recursos doados pelos próprios candidatos, provavelmente por conta da necessidade de cobrir a falta dos recursos das empresas. As doações de pessoas físicas também tiveram um aumento de aproximadamente 50 milhões de reais. Quanto à queda dos recursos partidários em mais de 300 milhões de reais, é necessário entender que até a decisão do STF os fundos partidários eram compostos por: multas e penalidades pecuniárias; recursos financeiros destinados aos partidos; doações de pessoa física ou jurídica; e por valores monetários autorizados pela União nunca inferiores ao número de eleitores (artigo 38 da Lei 9.096/95). Assim, os partidos também recebiam doações de empresas. A partir da proibição desses recursos nas campanhas, os partidos também ficaram proibidos de

receber essas doações, o que explica a decréscimo de aproximadamente 300 milhões de reais de 2012 para 2016.

Retomando o histórico de participação das empresas nas eleições brasileiras, apresentado no Capítulo 2, a análise dos dados das doações empresariais nas eleições gerais de 2002 a 2014 sugere que as empresas vinham mudando a estratégia de doação. Verificou-se tendência de migração das doações empresariais a partir das eleições gerais de 2010, na qual as doações deixaram de ir diretamente para os candidatos e passaram a ir para os partidos, que por sua vez doavam aos candidatos. Esse tipo de doação indireta acaba ocultando a ligação entre os candidatos e as empresas, além de reduzir o risco de as empresas doarem para um candidato perdedor (SPECK, 2016). Os dados da Tabela 3 mostram o aumento gradual dos recursos doados aos diretórios nacionais e estaduais nas eleições de 2010 e 2014, enquanto as doações para Deputado Federal e Estadual apresentaram uma queda de aproximadamente 30%. Assim sendo, a Tabela 6 sugere que esse fenômeno se estendia às eleições municipais, pois, em 2012, os valores doados pelos partidos se mostram superiores às outras fontes de recursos. Assim sendo, com a proibição do financiamento empresarial os aportes doados pelos partidos tiveram uma queda de aproximadamente 300 milhões de reais, como mostra a tabela.

A Tabela 7 apresenta a soma de recursos financeiros arrecadados pelos candidatos eleitos e não eleitos, nos pleitos de 2012 e 2016.

Tabela 7 - Recursos arrecadados por candidatos eleitos e não eleitos

	Candidatos	Recursos Partidários	Pessoa Física	Autofinanciamento	Empresas
2012	Não eleitos	167.304.330,89	19.359.542,23	18.272.903,30	63.434.100,93
	Eleitos	247.730.670,66	21.462.919,90	16.431.473,01	69.103.546,63
2016	Não eleitos	39.584.438,23	39.005.356,18	15.859.197,44	-
	Eleitos	64.502.270,30	60.275.369,28	26.558.146,20	-

Fonte: TSE – organizado pelo autor.

De acordo com a Tabela 7, em 2012 os candidatos não eleitos que ficaram em segundo lugar geral, arrecadaram o equivalente a 67% dos recursos partidários arrecadados por candidatos eleitos. Além disso, a diferença de arrecadação entre eleitos

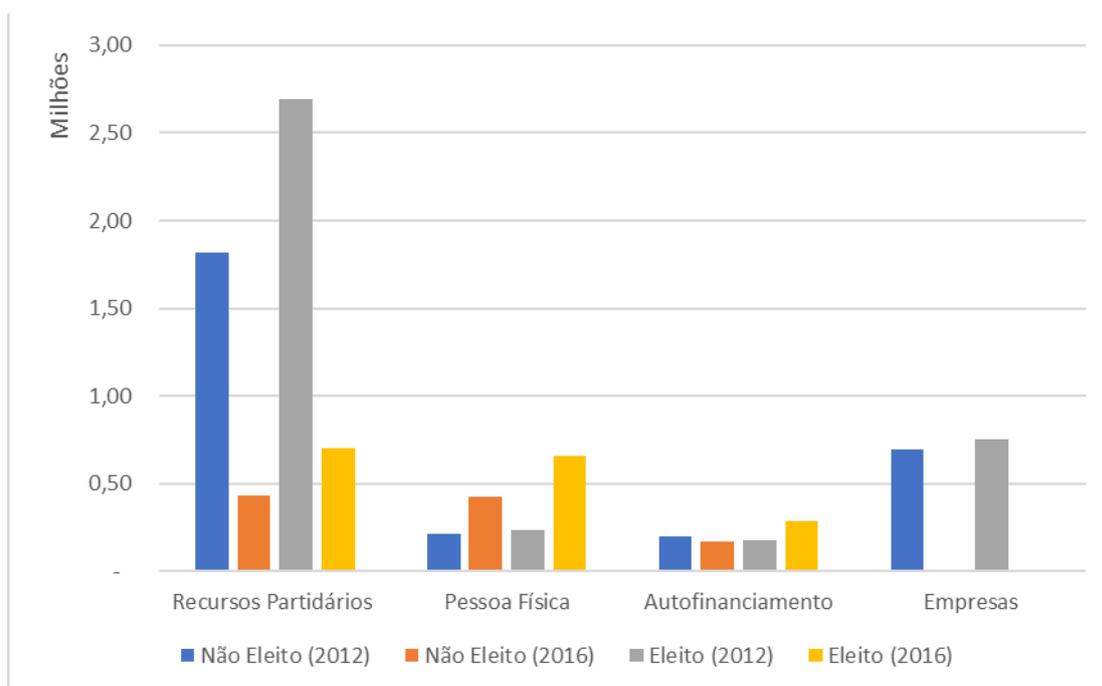
e não eleitos dos recursos de pessoa física foi de aproximadamente 10%. As doações das empresas também apresentaram uma diferença de 10% entre os vencedores e perdedores, pela qual os candidatos vencedores arrecadaram 5 milhões de reais a mais. Por outro lado, a soma do autofinanciamento mostra que, em 2012, os candidatos perdedores utilizaram 11% a mais de recursos próprios que os vencedores. Uma possível explicação para isso está no fato de que os candidatos não eleitos recorreram ao autofinanciamento como uma forma de complementação dos outros das outras fontes.

Já no pleito de 2016, os candidatos não eleitos arrecadaram o equivalente a 61% dos recursos partidários dos candidatos eleitos. Os valores doados por pessoas físicas para os não eleitos corresponderam a 64% dos valores arrecadados pelos eleitos. Por fim, os recursos próprios dos candidatos não eleitos ficaram em 59% dos recursos próprios mobilizados por candidatos eleitos. Dessa forma, é possível verificar uma tendência de arrecadação de recursos financeiros para os candidatos eleitos e não eleitos, na qual os candidatos eleitos arrecadaram aproximadamente 40% a mais em cada uma das fontes de recursos disponíveis. Ademais, a influência dos recursos arrecadados sobre o resultado das eleições passou a ser mais bem distribuída, pois com o fim dos recursos empresariais os candidatos buscaram doações em todas as demais fontes.

Assim, comparando as eleições, observa-se pequena mudança na dinâmica por trás das doações. Inicialmente, os recursos próprios deixaram de ser uma alternativa aos candidatos com menor capacidade de arrecadação, e passaram a ser um tipo de recurso necessário. Depois, as fontes de recursos se apresentaram de uma forma mais equilibrada entre si, apresentando valores bem próximos para os recursos partidários e recursos de pessoas físicas.

Isto posto, o Gráfico 1 exibe o total de recursos arrecadados entre os candidatos eleitos e não eleitos nos pleitos de 2012 e 2016, respectivamente. Nota-se que o gráfico ilustra a situação apresentada pela Tabela 7, de modo que os recursos partidários em 2012 representam a grande parte dos valores arrecadados, seguidos pelas doações de empresas, pessoas físicas e recursos próprios, enquanto em 2016 a distribuição se apresenta de forma mais contínua, em que os valores médios não chegam a 1 milhão de reais.

Gráfico 1 - Média de recursos de candidatos eleitos e não eleitos, em 2012 e 2016



Fonte: TSE – organizado pelo autor.

5.1. Rendimento dos Partidos

Partindo dos resultados mais gerais sobre a proibição dos aportes financeiros de empresas na campanha de 2016, será apresentada uma análise focada no efeito político dessa redução. Inicialmente, foi possível observar que os valores doados pelos partidos políticos formavam 66% de todos os recursos arrecadados no pleito de 2012. Além disso, sugere-se que, até a decisão do STF, os recursos partidários eram formados em sua maioria pelas doações de pessoas jurídicas. Deste modo, os impactos políticos do fim das doações de pessoas jurídica aos partidos e candidatos devem ser analisados a partir dos dados coletados.

Assim, as Tabelas 8 e 9 mostram os resultados das respectivas eleições por região, evidenciando os partidos que mais obtiveram sucesso nos municípios analisados por este trabalho. Em princípio, é possível identificar que em 2012 PSDB e PT obtiveram sucesso em mais de 15 municípios. Logo em seguida aparecem PMDB e PSB com vitória em mais de 10 municípios, PDT com 7, DEM com 5. Por fim, PCdoB, PSD, PP, PPS, PR, PRB, PSOL, PTC, PTN e PV, com vitória em menos de 5 municípios.

Tabela 8 - Sucesso eleitoral de 2012 dos partidos por região

	Sul	Sudeste	Centro-Oeste	Nordeste	Norte	Total Geral
PSDB	2,00	9,00		6,00	2,00	19,00
PT	1,00	11,00	2,00	2,00	1,00	17,00
PMDB	2,00	7,00	1,00	-	1,00	11,00
PSB		7,00	1,00	2,00	1,00	11,00
PDT	4,00	1,00	-	2,00	-	7,00
DEM		2,00		3,00		5,00
PCdoB	-	3,00		1,00	-	4,00
PSD	2,00	2,00	-			4,00
PP	1,00	1,00	1,00			3,00
PPS	1,00	2,00				3,00
PR		2,00				2,00
PRB		1,00		1,00	-	2,00
PSOL		-		-	1,00	1,00
PTC				1,00		1,00
PTN	-	1,00				1,00
PV		1,00			-	1,00
PDS	-					-
PRTB		-				-
PSC	-	-		-		-
PTB		-	-	-		-
Total Geral	13,00	50,00	5,00	18,00	6,00	92,00

Fonte: TSE – organizado pelo autor.

Observa-se que o PDT ganhou em 4 dos 13 municípios analisados da região sul, ficando como o partido com mais vitórias na região. O PT foi o partido com a maior taxa de sucesso nas regiões sudeste, vencendo em 11 dos 50 municípios, e centro-oeste, onde venceu em 2 dos 5 municípios observados. O PSDB se destacou na região nordeste com 6 municípios, e na região norte com 2 municípios.

A Tabela 9 apresenta o sucesso eleitoral dos partidos na eleição de 2016. Destaca-se o sucesso eleitoral alcançado pelo PSDB, que conquistou a vitória em 29 dos 91 municípios observados, seguido pelo PMDB que ganhou em 14 municípios. Por fim, os partidos PPS, DEM, PSB, PDT, PR, PSD, PRB, PV, PHS, PP, PTB, REDE, PCdoB, PMB, PMN, PSC, PT, PTN e SD conquistaram a vitória em 6 ou menos municípios.

Tabela 9 - Sucesso eleitoral de 2016 dos partidos por região

	Sul	Sudeste	Centro-Oeste	Nordeste	Norte	Total Geral
PSDB	4,00	17,00	-	5,00	3,00	29,00
PMDB	2,00	7,00	3,00	1,00	1,00	14,00
PPS	1,00	5,00				6,00
DEM		2,00		3,00		5,00
PSB		4,00	-	1,00		5,00
PDT	1,00	-		3,00		4,00
PR		3,00		1,00	-	4,00
PSD	-	2,00	1,00	1,00		4,00
PRB	1,00	2,00				3,00
PV		3,00				3,00
PHS		2,00				2,00
PP	1,00	1,00			-	2,00
PTB	1,00	-	1,00		-	2,00
REDE	-	1,00			1,00	2,00
PCdoB		-		1,00		1,00
PMB				1,00		1,00
PMN	1,00			-		1,00
PSC	1,00					1,00
PT	-	-	-	-	1,00	1,00
PTN		1,00				1,00
SD		-		1,00		1,00
PEN		-				-
PPL	-					-
Psol		-		-		-
PTdoB		-				-
Total Geral	13,00	50,00	5,00	18,00	6,00	92,00

Fonte: TSE – organizado pelo autor.

Deste modo, comparando os dados das Tabelas 8 e 9, nota-se uma mudança geral no número de municípios em que os partidos saíram vitoriosos. O PSDB destaca-se como o partido que ganhou as eleições em 10 municípios a mais em relação a 2012. Além disso, é possível observar que o PSDB obteve o maior número de municípios em quase todas as regiões do país, com exceção apenas no centro-oeste. Em segundo lugar geral, o PMDB venceu em 14 municípios, com maioria na região centro-oeste. Assim sendo, a soma dos municípios conquistados por PSDB e PMDB equivale a 46% do total de municípios analisados por esta pesquisa. Por outro lado, o PT foi o partido que mais perdeu municípios em comparação ao resultado de 2012, conquistando o sucesso eleitoral em apenas 1 município em 2016, contra os 17 municípios obtidos em 2012. Seguido por PSB,

que perdeu 6 municípios, PCdoB e PDT, que perderam 3, e PP, Psol e PTC, que perderam apenas 1.

O recorte dos municípios estudados na pesquisa pode apresentar especificidades, no sentido de que historicamente os partidos possuíam maior força política em certas regiões. Além disso, fatores políticos nacionais acabaram influenciando o resultado dos partidos nas eleições de 2016. Essas especificidades podem ser consideradas naturais para a pesquisa, não influenciando negativamente.

A Tabela 10 traz os valores arrecadados divididos pelo número de municípios em que aquele partido concorreu, de forma a apresentar quanto custou a eleição por município.

Tabela 10 - Média de arrecadação dos partidos por município

Doações/Municípios		PMDB	PSB	PSDB	PT
	Municípios Concorridos	25	16	30	42
2012	Recursos Partidários	2.570.065,10	3.145.253,41	2.610.620,59	3.212.096,51
	Recursos de Pessoas Físicas	222.459,83	352.576,29	181.577,76	237.090,38
	Recursos Próprios	120.698,94	690.395,19	170.475,61	14.412,74
	Recursos de Empresas	717.142,52	1.035.240,16	735.639,05	855.839,60
	Municípios Concorridos	25	17	35	11
2016	Recursos Partidários	497.803,23	615.099,38	511.997,74	570.619,91
	Recursos de Pessoas Físicas	493.638,88	614.847,11	751.175,59	776.778,43
	Recursos Próprios	164.903,28	335.595,25	366.107,00	105.446,84

Fonte: TSE – organizado pelo autor.

Assim sendo, os valores apresentados pelos quatro partidos relacionados ao número de municípios em que os partidos obtiveram sucesso sugerem que o contexto político nacional afetou diretamente o número de municípios em que os partidos estavam concorrendo. O alto número de vitórias apresentadas pelo PSDB em 2016 e a súbita queda do PT podem estar relacionados a fatores externos à mudança nas regras de financiamento

de campanhas, pois, pouco antes das eleições municipais de 2016, o Brasil passava por uma crise política muito grave, que resultou no *impeachment* da presidente Dilma Rousseff no dia 31 de agosto de 2016. Esse problema provavelmente afetou o resultado das eleições municipais, que ocorreram cerca de dois meses após o fim desse processo. Dessa forma, os partidos que aparecem na Tabela 11, como os que mais perderam municípios de uma eleição para outra faziam parte, com exceção do PP, da base de governo da presidente Dilma. Isso poderia explicar o enfraquecimento eleitoral nos municípios.

Tabela 11 - Municípios por partido

Partidos	Municípios Ganhos 2012	Municípios Ganhos 2016	Diferença
DEM	5	5	0
PCdoB	4	1	-3
PDT	7	4	-3
PHS	-	2	2
PMB	-	1	1
PMDB	11	14	3
PMN	-	1	1
PP	3	2	-1
PPS	3	6	3
PR	2	4	2
PRB	2	3	1
PSB	11	5	-6
PSC	0	1	1
PSD	4	4	0
PSDB	19	29	10
Psol	1	0	-1
PT	17	1	-16
PTB	0	2	2
PTC	1	0	-1
PTN	1	1	0
PV	1	3	2
REDE	-	2	2
SD	-	1	1
Total Geral	92	92	

Fonte: TSE – organizado pelo autor.

Portanto, a relação entre a proibição das empresas como financiadoras de campanhas e o resultado eleitoral dos partidos nos municípios não se mostrou forte o

suficiente para afirmar que algum partido ficou prejudicado com a falta dos recursos empresariais. No entanto, as análises gerais sugerem que a média de gastos entre os municípios concorridos e os recursos obtidos na eleição de 2016 passou a ser similar entre os partidos. O que sugere que a estratégia de cada partido acontece com base na possibilidade de ganho em certas regiões.

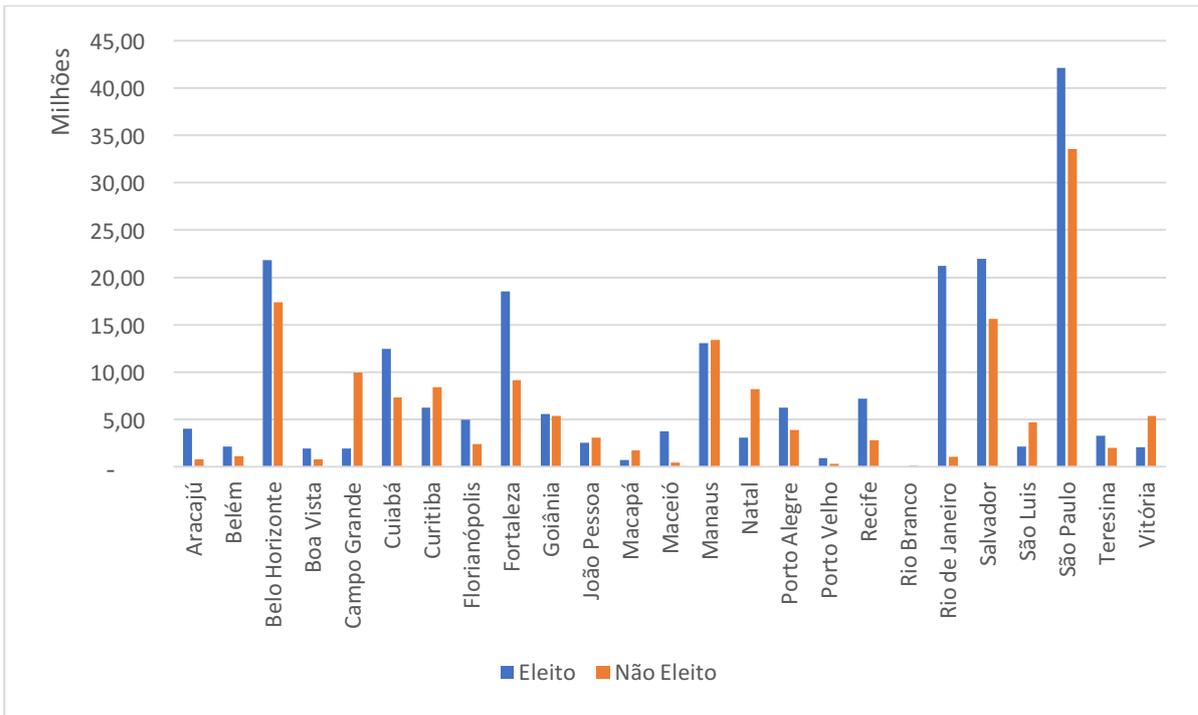
5.2. Resultados nas Capitais

Partindo para a análise do impacto nas capitais do país, a proibição do financiamento de campanhas pelas empresas representou uma diminuição considerável nas arrecadações. Cabe ressaltar que a capital do Tocantins foi a única que não entrou no recorte dos dados dessa pesquisa, pois Palmas ainda não possui 200 mil eleitores, ou seja, a eleição para prefeito ocorre em um único turno. Por outro lado, todas as outras capitais possuem mais de 200 mil eleitores, portanto, todas entraram no recorte dos dados deste trabalho.

Inicialmente, o Gráfico 2 apresenta a arrecadação total dos candidatos eleitos e não eleitos em todas as capitais, no pleito de 2012. Observa-se que, em São Paulo, Salvador, Rio de Janeiro, Fortaleza e Belo Horizonte, os candidatos eleitos tiveram uma arrecadação superior a 15 milhões de reais, ficando muito além das arrecadações totais das outras capitais. Além disso, o Rio de Janeiro se destaca como o município com maior discrepância entre o candidato eleito e o não eleito, em que o não eleito arrecadou apenas 4% do valor arrecadado pelo candidato eleito.

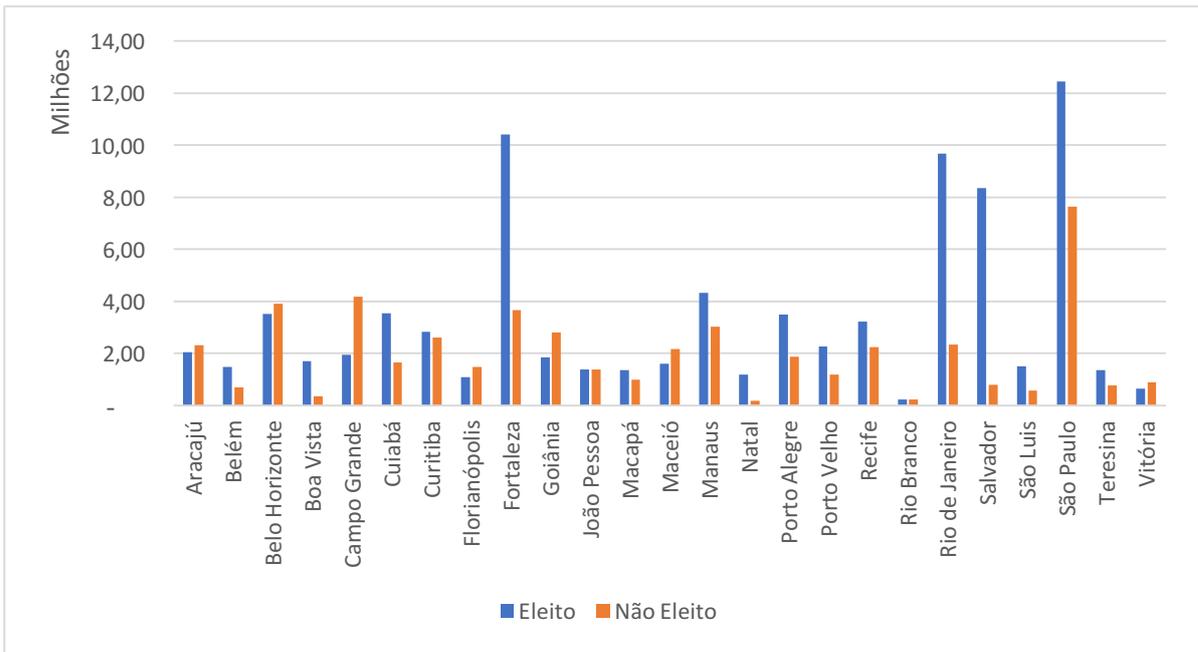
Destarte, no pleito de 2012 os candidatos eleitos conseguiram arrecadar em média 25% a mais que os não eleitos. As capitais em que o candidato não eleito arrecadou mais que o candidato eleito foram: Campo Grande, Curitiba, João Pessoa, Macapá, Manaus, Natal, São Luis e Vitória. Já na eleição de 2016 isso ocorreu em apenas 7 capitais, sendo elas: Aracajú, Belo Horizonte, Campo Grande, Florianópolis, Goiânia, Maceió e Vitória.

Gráfico 2 - Total de gastos entre candidatos eleitos X não eleitos nas capitais, em 2012



Fonte: TSE – organizado pelo autor.

Gráfico 3 - Total de gastos entre candidatos eleitos X não eleitos nas capitais, em 2016



Fonte: TSE – organizado pelo autor.

O Gráfico 3 apresenta o total de gastos entre os candidatos eleitos e não eleitos nas capitais, em 2016. Neste caso, apenas os candidatos de Fortaleza, Rio de Janeiro, Salvador e São Paulo excederam os 5 milhões em arrecadação, evidenciando o decréscimo apresentado nas análises gerais. Além disso, Salvador foi o município que apresentou maior diferença entre o eleito e o não eleito.

Dessa forma, pode-se afirmar que, de modo geral, as principais mudanças encontradas na análise comparativa das eleições de 2012 e 2016 foram a diminuição dos valores arrecadados pelos candidatos, apresentando uma redução total de aproximadamente 380 milhões de reais em todos os 92 municípios. A exposição das grandes quantias de dinheiro doadas pelos partidos até 2012, em que os dados apresentados, sugerem que eram recursos formados em grande parte por doações das empresas aos partidos. Por fim, o equilíbrio da influência dos tipos de doador nas eleições de 2016 pode gerar uma possível mudança de estratégia entre os candidatos e partidos, pois sem os recursos das empresas os candidatos devem otimizar todas as outras fontes de recursos.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo pretendeu analisar quais foram as influências da decisão do STF nas eleições municipais de 2016. Levando em consideração o histórico das empresas como responsáveis por uma grande parte dos recursos financeiros das campanhas nas últimas duas décadas, buscou-se, por meio do método comparativo, verificar quais foram as principais diferenças entre os recursos arrecadados nas eleições municipais de 2012, na qual ainda havia participação das empresas, e nas eleições municipais de 2016.

Destarte, a revisão bibliográfica apresentada foi fundamental para evidenciar a participação das empresas como principais doadores eleitorais ao longo dos últimos vinte anos. Os estudos apresentados associam, em maior ou menor grau, a influência dos recursos financeiros com os resultados das eleições. Além disso, é importante salientar que as empresas estavam deixando de doar diretamente para os candidatos e estavam doando aos partidos, numa mudança de estratégia para garantir maior influência política (SPECK, 2016).

Os resultados da pesquisa confirmam que, após a proibição do financiamento empresarial eleitoral, houve uma queda considerável nos recursos arrecadados pelos candidatos e partidos. Ademais, as fontes de recursos ajudam a evidenciar a mudança na estratégia de doação das empresas apresentada por Speck (2016), pois das quatro fontes de recurso disponíveis em 2012 os recursos partidários somavam mais da metade do total arrecadado naquele ano.

De forma geral, observou-se que após a proibição do financiamento empresarial a utilização dos recursos disponíveis – doações de pessoa física, recursos partidários e recursos próprios – acabaram se equilibrando entre si, não apresentando diferença considerável na soma geral. O que indica que os candidatos passaram a otimizar todas as fontes possíveis, diferente do que ocorreu nas eleições de 2012, na qual os recursos partidários somaram 66% do total geral.

Além disso, os resultados mostram que o recorte estudado apresenta especificidades que podem estar relacionadas à extensão territorial, ao histórico dos partidos em cada região e à heterogeneidade entre os municípios estudados. O que pôde ser visualizado na comparação entre o rendimento dos partidos durante as duas eleições. Portanto, não se pretendeu defender que a saída das empresas do financiamento de campanha fosse fator exclusivo nos resultados das eleições de 2016.

Por fim, o presente trabalho buscou contribuir com os estudos sobre o financiamento empresarial de campanhas no Brasil. Talvez, ocorram novas mudanças na legislação, pois o debate sobre o financiamento eleitoral ocorre de forma constante. Dessa forma, pode-se esperar que este tema esteja presente em futuros estudos acadêmicos, com o objetivo de contribuir para o aprimoramento da dinâmica de financiamento eleitoral.

BIBLIOGRAFIA.

Gil, Antonio Carlos. Métodos e técnicas de pesquisa social. São Paulo, 6ª Edição, Editora Atlas S. A. 2008.

MANCUSO, Wagner P. Investimento eleitoral no Brasil: balanço da literatura e agenda de pesquisa. Revista Sociologia Política, v. 23, n. 54, p. 155-183, jun. 2015

SAMUELS, David. Money, elections, and democracy in Brazil. Latin American Politics and Society, Vol. 43, No. 2, 2001.

_____. 2002. Pork Barreling is not Credit Claiming or Advertising: Campaign Finance and the Source of the Personal Vote in Brazil. The Journal of Politics, 64(3), pp. 845-863.

PEIXOTO, Vitor de M. (2010), Eleições e financiamento de campanhas no Brasil. Tese de doutorado em ciência política. IUPERJ.

MARCELINO, Daniel. Sobre dinheiro e eleições: um estudo dos gastos de campanha para o Congresso Nacional em 2002 e 2006. Dissertação de mestrado em ciências sociais. CEPPAC, UnB, 2010.

Cervi, E.U. 2010. Financiamento de campanhas e desempenho eleitoral no Brasil: análise das contribuições de pessoas físicas, jurídicas e partidos políticos às eleições de 2008 nas capitais de Estado. Revista Brasileira de Ciência Política, 4, pp. 135-167.

SPECK, Bruno Wilhelm. Influenciar as eleições ou garantir acesso aos eleitos? O dilema das empresas que financiam campanhas eleitorais. Revista Novos Estudos CEBRAP (nº 104 - ISSN 0101-3300), 2016.

SPECK, Bruno Wilhelm. Pensando a reforma do sistema de financiamento da política no Brasil. São Paulo: Rev. Parlamento e Sociedade, v. 3, n. 4, pp. 99-114. Jan./jun. 2015.

SPECK, Bruno Wilhelm. Reagir a escândalos ou perseguir ideais? A regulação do financiamento político no Brasil. Elecciones Perú Año 5 – N.º 6, 2006.

SPECK, Bruno Wilhelm. Três ideias para oxigenar o debate sobre dinheiro e política no Brasil. São Paulo, 2010.

SPECK, Bruno W.; MANCUSO, Wagner P. Financiamento de campanhas e prestação de contas. Cadernos Adenauer, pp. 135 - 150. São Paulo, 2010.