

**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
INSTITUTO DE CIÊNCIA POLÍTICA
ESPECIALIZAÇÃO EM ASSESSORIA, GOVERNO E POLÍTICAS PÚBLICAS**

Caio Túlio Rezende Ortiga

**FINANCIAMENTO ELEITORAL E SUCESSO NAS URNAS: UMA ANÁLISE
DAS ELEIÇÕES PARA O SENADO BRASILEIRO (2010–2022)**

**Brasília
2025**

Caio Túlio Rezende Ortiga

**FINANCIAMENTO ELEITORAL E SUCESSO NAS URNAS: UMA ANÁLISE
DAS ELEIÇÕES PARA O SENADO BRASILEIRO (2010–2022)**

Trabalho apresentado ao Instituto de
Ciência Política da Universidade de
Brasília como requisito parcial para a
obtenção do título de Especialista em
Assessoria, Governo e Políticas Públicas.

Orientador: Prof. Dr. Adrián Nicolas
Albala Young

Brasília

2025

AGRADECIMENTOS

Agradeço sinceramente a todos que fizeram parte de mais essa etapa na Universidade de Brasília. Ao professor Adrián Albala, que me orientou com paciência, dedicação e extrema generosidade. Aos funcionários do Instituto de Ciência Política. Aos amigos que fiz ao longo do caminho, cuja presença tornou este período mais aprazível. Aos meus pais e à minha avó, que foram e ainda são fundamentais na minha trajetória. Por fim, minha gratidão à Marcela, que me apoiou incondicionalmente e esteve ao meu lado em todos os momentos. Sem vocês, eu não conseguiria.

Memento mori

RESUMO

Este trabalho analisa os efeitos do financiamento de campanha e da condição de incumbência sobre o sucesso eleitoral nas eleições para o Senado Federal brasileiro, com base nos pleitos de 2010, 2014, 2018 e 2022. Por meio de abordagem quantitativa e análise estatística de dados do TSE, o estudo mostra que candidatos que arrecadam e gastam mais têm maior probabilidade de serem eleitos, sobretudo entre os não-incumbentes. Entretanto, ser um “grande financiado” pode, paradoxalmente, reduzir as chances de vitória, sugerindo que aportes excessivos geram desconfiança do eleitorado. A pesquisa aponta ainda desigualdades de gênero e partidárias no acesso aos recursos, revelando padrões de concentração e barreiras à renovação política. Conclui-se que o financiamento exerce papel central na estruturação da competição eleitoral, impactando tanto a viabilidade das candidaturas quanto a dinâmica da representação democrática.

Palavras-chave: financiamento de campanha; Senado Federal; sucesso eleitoral; incumbência; desigualdade política.

ABSTRACT

This study examines the effects of campaign financing and incumbency on electoral success in Brazilian Federal Senate elections, focusing on the 2010, 2014, 2018, and 2022 races. Using a quantitative approach and statistical analysis of data from the Electoral Court (TSE), the findings show that candidates who raise and spend more money are more likely to be elected, particularly among non-incumbents. However, being a “top-funded” candidate may paradoxically reduce electoral chances, suggesting that excessive fundraising can trigger voter distrust. The study also highlights gender and partisan disparities in resource access, revealing patterns of concentration and barriers to political renewal. The conclusion is that campaign financing plays a central role in shaping electoral competition, influencing both candidacy viability and the dynamics of democratic representation.

Keywords: campaign finance; Federal Senate; electoral success; incumbency; political inequality.

LISTA DE FIGURAS E TABELAS

Figura 1 – Arrecadação por sucesso eleitoral.....	19
Figura 2 – Despesas por sucesso eleitoral.....	19
Tabela 1 – Especificações das variáveis incluídas na análise estatística.....	16
Tabela 2 – Estatísticas descritivas das variáveis financeiras da campanha.....	17
Tabela 3 – Efeitos da arrecadação, grande financiamento e incumbência sobre o sucesso eleitoral.....	20
Tabela 4 – Efeitos da arrecadação e do grande financiamento na probabilidade de sucesso eleitoral.....	21
Tabela 5 – Interação entre arrecadação e ideologia na probabilidade de sucesso eleitoral.....	22
Tabela 6 – Efeitos da arrecadação e do grande financiamento sobre o sucesso eleitoral.....	23

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AGIR

AVANTE

CF Constituição Federal

CIDADANIA

CNPJ Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica

CPF Cadastro de Pessoa Física

DC Democracia Cristã

DEM Democratas

MDB Movimento Democrático Brasileiro

NOVO Partido Novo

PATRIOTA

PCB Partido Comunista Brasileiro

PCdoB Partido Comunista do Brasil

PCO Partido da Causa Operária

PDT Partido Democrático Trabalhista

PEN Partido Ecológico Nacional

PHS Partido Humanista da Solidariedade

PL Partido Liberal

PL Projeto de Lei

PMB Partido da Mulher Brasileira

PMDB Partido do Movimento Democrático Brasileiro

PMN Partido da Mobilização Nacional

PODE Podemos

PP Partido Progressista

PP Progressistas

PPL Partido Pátria Livre

PPS Partido Popular Socialista

PR Partido da República

PRB Partido Republicano Brasileiro

PROS Partido Republicano da Ordem Social

PRP Partido Republicano Progressista

PRTB Partido Renovador Trabalhista Brasileiro

PSB Partido Socialista Brasileiro
PSC Partido Social Cristão
PSD Partido Social Democrático
PSDB Partido da Social Democracia Brasileira
PSDC Partido Social Democrata Cristão
PSL Partido Social Liberal
PSOL Partido Socialismo e Liberdade
PSTU Partido Socialista dos Trabalhadores Unificado
PT Partido dos Trabalhadores
PTB Partido Trabalhista Brasileiro
PTdoB Partido Trabalhista do Brasil
PTC Partido Trabalhista Cristão
PTN Partido Trabalhista Nacional
PV Partido Verde
REDE Sustentabilidade
REPUBLICANOS
SOLIDARIEDADE
STF Supremo Tribunal Federal
TSE Tribunal Superior Eleitoral
UnB Universidade de Brasília
UNIÃO Brasil

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	10
2. O IMPACTO DO DINHEIRO NAS CAMPANHAS ELEITORAIS: UMA ANÁLISE DA LITERATURA	12
3. METODOLOGIA.....	15
4. RESULTADOS E DISCUSSÕES	18
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	24
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	26

1. INTRODUÇÃO

O financiamento eleitoral ocupa um papel central na dinâmica das disputas políticas no Brasil, influenciando diretamente a visibilidade das candidaturas, a capacidade de mobilização e os resultados nas urnas. Em um contexto de crescente profissionalização das campanhas e sucessivas mudanças nas regras de arrecadação e gasto, compreender os efeitos dos recursos financeiros sobre o desempenho eleitoral torna-se fundamental para avaliar a qualidade da democracia e os mecanismos de acesso ao poder.

No caso do Senado Federal, essa relação adquire características particulares. Trata-se de uma disputa majoritária em âmbito estadual, que exige campanhas longas, de grande alcance e alto investimento. A duração do mandato, de oito anos, e o número reduzido de vagas em disputa por eleição reforçam a competitividade do pleito e ampliam a importância do financiamento como diferencial estratégico. Além disso, a necessidade de manter visibilidade e base de apoio por um longo período adiciona novas camadas de complexidade à disputa senatorial.

Diante desse cenário, este trabalho tem como objetivo analisar os efeitos da arrecadação de campanha, dos gastos eleitorais e da condição de incumbência sobre o sucesso nas eleições para o Senado Federal, com foco nos pleitos de 2010, 2014, 2018 e 2022. A proposta é compreender como o dinheiro influencia a competição política nesse cargo estratégico do sistema político brasileiro, observando padrões de desigualdade, permanência e renovação.

Jacobson (2006) observa que a literatura ainda não esgotou debates sobre a relevância dos gastos, sua real influência e quais candidatos mais se beneficiam deles. Nesse contexto, uma questão central se impõe: os candidatos são eleitos porque recebem mais financiamento ou recebem mais financiamento porque são competitivos?

Parte fundamental da democracia são os sistemas eleitorais e suas especificidades. Para além das regras estabelecidas para o financiamento das campanhas, as normas eleitorais impactam diretamente tanto o desenrolar da competição política quanto os cenários pós-eleição. Lijphart (2006) destaca que os sistemas majoritários tendem a favorecer o bipartidarismo, a formação de governos de partido único e a concentração de poder no Executivo, criando maior estabilidade governamental, mas potencialmente limitando a diversidade de representação política.

Por outro lado, os sistemas proporcionais promovem o multipartidarismo, incentivam a inclusão de minorias e estimulam a formação de coalizões, tornando o processo decisório mais negociado e distribuindo o poder entre diferentes forças políticas. Dessa forma, as regras eleitorais não apenas definem os contornos da competição eleitoral, mas também influenciam a dinâmica da governabilidade, a representatividade dos diferentes grupos na política e a própria lógica de distribuição dos recursos financeiros no processo eleitoral.

Nesse contexto, é importante considerar a evolução temporal dos recursos investidos em campanhas eleitorais, que evidencia variações significativas nos gastos ao longo dos anos. Essas oscilações podem estar diretamente relacionadas às mudanças no marco regulatório do financiamento, como a proibição das doações empresariais a partir de 2015. Conforme observa Machado (2020), a decisão proferida na Ação Direta de Inconstitucionalidade (ADI) 4.650, em setembro de 2015, declarou inconstitucionais os dispositivos legais que permitiam contribuições de pessoas jurídicas às campanhas. Essa decisão foi posteriormente consolidada pela Lei nº 13.165/2015, conhecida como Minirreforma Eleitoral, que promoveu alterações relevantes nas Leis nº 9.504/1997 (Lei das Eleições), nº 9.096/1995 (Lei dos Partidos Políticos) e nº 4.737/1965 (Código Eleitoral), incluindo a proibição formal do financiamento por pessoas jurídicas.

Para investigar essa dinâmica, este trabalho analisa as eleições para o Senado Federal brasileiro realizadas nos anos de 2010, 2014, 2018 e 2022, com base em dados oficiais disponibilizados pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE). A pesquisa adota uma abordagem quantitativa, por meio de análise estatística descritiva e modelos de regressão logística, a fim de avaliar a relação entre volume de recursos financeiros arrecadados, condição de incumbência e sucesso eleitoral.

O trabalho está estruturado em cinco seções: após esta introdução, apresenta-se uma revisão da literatura sobre financiamento de campanhas e sua relação com o desempenho eleitoral; em seguida, detalha-se a metodologia utilizada; posteriormente, são expostos e discutidos os resultados empíricos; por fim, apresentam-se as considerações finais, com destaque para os principais achados e limitações do estudo.

2. O IMPACTO DO DINHEIRO NAS CAMPANHAS ELEITORAIS: UMA ANÁLISE DA LITERATURA

Machado (2016) destaca que a literatura norte-americana frequentemente discute os diferentes impactos do financiamento de campanha sobre incumbentes (candidatos que já ocupam cargos) e *challengers* (candidatos sem mandato), especialmente em relação aos resultados eleitorais. Esse debate gira em torno da vantagem estrutural dos incumbentes, que, além de já serem figuras conhecidas pelo eleitorado, possuem acesso a redes de apoio político e institucional que facilitam a arrecadação de recursos e a manutenção de suas campanhas. Em contrapartida, os *challengers* enfrentam maiores desafios para se tornarem competitivos, dependendo, muitas vezes, de uma captação de recursos mais agressiva e estratégias de comunicação que reduzam sua desvantagem inicial. Assim, o financiamento de campanha não apenas influencia a viabilidade eleitoral de novos candidatos, mas também pode consolidar o domínio dos incumbentes, tornando mais difícil a renovação política e o equilíbrio na disputa eleitoral.

Ao analisar o financiamento público de campanhas, entra em questão a retenção e distribuição dos recursos pelos partidos, uma decisão que cabe aos dirigentes partidários, que detêm o poder discricionário sobre a alocação desses fundos entre os candidatos. Esse controle pode gerar desigualdades dentro da própria legenda, favorecendo determinadas candidaturas em detrimento de outras, seja por critérios estratégicos, ideológicos ou mesmo por dinâmicas internas de poder.

Além disso, em sistemas eleitorais que incentivam campanhas personalistas e disputas intrapartidárias, os candidatos buscam se destacar de seus concorrentes, não apenas de outros partidos, mas também de seus correligionários. Isso os leva a investir em diversas atividades de campanha que demandam financiamento, como publicidade, mobilização de eleitores e estrutura logística, o que pode acirrar ainda mais a competição por recursos dentro da sigla. Como destaca Samuels (2001), esse cenário reforça a lógica individualizada das campanhas, intensificando a necessidade de captação e administração eficiente dos recursos para viabilizar candidaturas competitivas.

A dinâmica do dinheiro reforça a desigualdade na disputa eleitoral, uma vez que os mandatários, com sua trajetória consolidada, conseguem atrair maior apoio partidário e institucional, além de acessar redes de financiamento mais robustas, garantindo maior estabilidade em suas campanhas. Esse favorecimento ocorre tanto pela confiança já estabelecida com doadores e lideranças políticas quanto pela visibilidade conquistada ao

longo do exercício do mandato, o que reduz a necessidade de investimentos massivos em publicidade e mobilização.

Em contrapartida, suplentes e *challengers*, muitas vezes desconhecidos do eleitorado, enfrentam maiores dificuldades para captar recursos e estruturar campanhas competitivas, pois precisam investir significativamente em estratégias de comunicação e na construção de uma base de apoio. Como apontam Sainz e Engler (2024), esse desequilíbrio dificulta a renovação política e reforça a vantagem dos incumbentes, perpetuando assimetrias no acesso ao poder e limitando a diversidade de representação no cenário eleitoral. Esse argumento é válido para qualquer sistema, mas os sistemas majoritários tendem a agravar o problema ao concentrar poder e recursos em poucas figuras públicas, dificultando ainda mais a entrada de novos nomes no jogo político.

Nesse contexto, é fundamental observar como essas dinâmicas se manifestam no Brasil, onde o sistema político combina elementos majoritários e proporcionais e apresenta particularidades institucionais que moldam o acesso ao poder e a atuação dos representantes. A análise do cenário brasileiro permite compreender como as estruturas partidárias, o papel dos governadores e a centralização do Executivo federal influenciam o funcionamento do Legislativo, impactando diretamente a competição eleitoral e a renovação política.

Ao analisar a dinâmica da Câmara dos Deputados, é possível inferir que os governadores exercem influência sobre os mandatários, mas, devido ao controle sobre cargos, emendas e regras institucionais, o governo central exerce um impacto ainda maior nas votações (Cheibub; Figueiredo; Limongi, 2009). No Senado Federal, diferente do que se esperava, os governadores não desempenham um papel significativo como vetores nas políticas nacionais. Fazer parte ou não da coalizão governista, como apresentado por Neiva e Soares (2013), mostrou-se o fator mais importante para explicar o voto dos parlamentares.

Essa constatação reforça o argumento de que o controle exercido pelos partidos sobre o financiamento das campanhas eleitorais não se restringe apenas à fase eleitoral, mas reverbera no próprio funcionamento do Legislativo. A centralização do poder decisório nas cúpulas partidárias pode estar diretamente relacionada à distribuição dos recursos eleitorais, favorecendo candidatos mais alinhados às diretrizes internas da legenda. Dessa forma, o acesso ao financiamento pode ser utilizado como um mecanismo de disciplina, induzindo os parlamentares a seguirem as orientações partidárias, o que fortalece a influência das lideranças sobre o processo legislativo. Assim, os partidos não

apenas regulam a entrada de novos candidatos no sistema político por meio do controle dos recursos, mas também condicionam sua atuação parlamentar, impactando diretamente a governabilidade e a definição da agenda política.

Além dos partidos políticos, o Poder Executivo Federal também exerce forte influência no Senado Federal, uma vez que a formação de uma maioria nas câmaras altas é tão estratégica para a coalizão governamental quanto a busca por maioria nas câmaras baixas. A capacidade do Presidente da República de articular apoios no Senado é crucial para a aprovação de pautas governamentais (Neiva; Soares, 2013), e a manutenção da estabilidade política, o que frequentemente se traduz em negociações envolvendo cargos, emendas parlamentares e outros incentivos institucionais.

Embora a busca por cargos (*office-seeking*) seja uma das motivações dos políticos, ela certamente não é a única. Os partidos também se preocupam em implementar suas políticas públicas, pois, ainda que movidos por interesses estratégicos, necessitam apresentar resultados concretos para agradar seus eleitores e garantir sua permanência no poder (Couto; Albala, 2023). Nesse sentido, o financiamento de campanhas e a distribuição de recursos eleitorais tornam-se instrumentos fundamentais para alinhar as ações dos parlamentares às diretrizes governamentais e partidárias. Dessa forma, tanto o Executivo Federal quanto as lideranças partidárias utilizam o financiamento político como uma ferramenta de governabilidade, condicionando o comportamento legislativo dos parlamentares e ampliando sua influência sobre o processo decisório no Congresso Nacional.

O financiamento eleitoral é um ponto central na democracia, pois o acesso desigual a recursos financeiros pode criar distorções no equilíbrio de poder. Candidatos com mais recursos para investir em propaganda, tanto em estratégias digitais quanto em meios tradicionais, na mobilização de líderes comunitários e cabos eleitorais e na estruturação logística de suas campanhas ampliam sua visibilidade e, consequentemente, influenciam diretamente sua capacidade de atrair mais votos. No caso do Senado Federal, essa questão pode ser ainda mais significativa devido ao mandato de oito anos, que exige uma manutenção contínua da base de apoio, seja por meio da ocupação de espaços políticos, da destinação de emendas parlamentares ou de uma estratégia de comunicação eficiente para garantir sua relevância perante o eleitorado. Além disso, a necessidade de um volume expressivo de votos, especialmente em estados mais populosos, pode levar a campanhas mais intensas e competitivas, aprofundando a influência do financiamento na disputa eleitoral.

Diante da revisão teórica apresentada, é possível concluir que o financiamento de campanhas eleitorais exerce um papel central na dinâmica democrática, influenciando diretamente tanto a competitividade entre os candidatos quanto a estrutura de poder dentro dos partidos e do próprio Legislativo. A literatura destaca como os incumbentes se beneficiam de uma vantagem estrutural que os torna menos dependentes de grandes aportes financeiros, ao passo que *challengers* enfrentam maiores obstáculos para se tornarem competitivos, muitas vezes recorrendo a estratégias mais agressivas de arrecadação e visibilidade.

Além disso, o controle dos recursos pelas cúpulas partidárias revela uma dimensão de poder que vai além do período eleitoral, afetando a atuação parlamentar e a própria governabilidade. No caso do Senado Federal, onde os mandatos são longos e a exposição política contínua é essencial, essas questões se tornam ainda mais relevantes. Considerando esse pano de fundo teórico, a próxima etapa deste trabalho se volta à análise empírica das eleições para o Senado Federal, com o objetivo de investigar como as dinâmicas discutidas até aqui se manifestam concretamente no cenário político-eleitoral brasileiro.

3. METODOLOGIA

Para a presente pesquisa, propõe-se uma abordagem quantitativa, a partir de um desenho descritivo-explicativo, a fim de se analisar a relação entre o volume de recursos financeiros arrecadados e gastos por candidatos ao Senado Federal e suas taxas de sucesso eleitoral. Para isso, será realizado um estudo correlacional a partir de dados secundários.

A partir da revisão da literatura e dos objetivos da pesquisa, formulam-se as seguintes hipóteses: **H1** - Candidatos que arrecadam e gastam mais têm maior probabilidade de sucesso eleitoral; e **H2** - Candidatos incumbentes têm desempenho eleitoral superior ao de não incumbentes, independentemente do volume de recursos.

Os dados mobilizados para a pesquisa foram extraídos do repositório de dados eleitorais Tribunal Superior Eleitoral (TSE), que disponibiliza informações sobre as prestações de contas eleitorais de partidos políticos e candidatos, sendo essa última o foco desta pesquisa. O conjunto de dados abrangerá os pleitos eleitorais de 2010, 2014, 2018 e 2022 e conterà as seguintes variáveis, elencadas na tabela 1.

Tabela 1 – Especificações das variáveis incluídas na análise estatística

Variável	Descrição	Comportamento esperado	Operacionalização
UF	Unidade da Federação do candidato	Pode influenciar resultados indiretamente, especialmente em estados com bancadas competitivas	Variável categórica nominal com 27 níveis (ex.: “SP”, “MG”, etc.)
Nome_Urna	Nome registrado do candidato na urna	Nenhum impacto analítico direto	Usada apenas para identificação textual. Texto.
Titular	Indica se a candidatura foi válida	Apenas filtro para excluir casos não válidos	Variável binária (“Sim” / “Não”). Apenas “Sim” entra na análise.
Sexo	Gênero do candidato	Pode influenciar desigualdades no acesso a financiamento e na taxa de sucesso eleitoral	Variável categórica binária: “Masculino” / “Feminino”.
Coligação	Nome da coligação partidária	Pode influenciar recursos e visibilidade política dependendo da força da coligação	Variável textual categórica. Não utilizada diretamente na regressão.
Número	Número do candidato	Sem impacto direto analítico	Variável numérica usada para identificação.
Partido	Sigla do partido	Pode influenciar tanto arrecadação quanto taxa de sucesso, dependendo da força partidária	Variável categórica nominal (ex.: “PT”, “PL”, “PSDB”)
Situação	Resultado da eleição	Variável dependente: sucesso eleitoral	Variável binária: 1 = Eleito, 0 = Não Eleito. “Inapto” removido do banco.
Total_Liquido	Valor total arrecadado pelo candidato	Espera-se correlação positiva com sucesso eleitoral	Variável contínua. Valores em reais. Transformada via log ou normalizada para modelos, se necessário.
Total_Despesas	Total de gastos declarados na campanha	Espera-se correlação positiva com sucesso eleitoral, mas sujeito a retorno decrescente	Variável contínua. Mesma unidade da anterior.
Incumbente	Se o candidato já ocupava o cargo	Espera-se impacto positivo no sucesso, devido à vantagem de visibilidade e rede política	Variável binária: 1 = Sim, 0 = Não
Periodo	Tempo de ocupação do cargo por parte do incumbente	Incumbentes com mais tempo podem ter vantagem adicional (maior recall, capital político)	Variável ordinal (em anos, meses ou número de mandatos — depende da fonte original)

Variável	Descrição	Comportamento esperado	Operacionalização
Grande_Financiado	Se o candidato esteve no percentil superior de arrecadação (ex.: top 10% do banco)	Espera-se impacto ambíguo: pode indicar força ou dependência excessiva de recursos	Variável binária: 1 = arrecadação acima do percentil 90; 0 = demais

Fonte: elaboração própria.

Os dados coletados compõem uma base, que passou por uma análise de consistência, padronização de variáveis e conversão para formatos adequados à análise estatística, acompanhada do dicionário de variáveis.

Para a análise estatística, realizou-se as seguintes correlações, com o apoio do software de análise estatística R: Correlação entre gastos e sucesso eleitoral: avaliar a relação entre os montantes arrecadados/gastos e a taxa de sucesso eleitoral; Comparação dos gastos e chances de sucesso entre candidatos incumbentes e não incumbentes: identificar se há diferenças estatisticamente significativas entre os grupos; e Análise exploratória dos valores arrecadados e gastos ao longo dos diferentes anos eleitorais, a fim de se aferir se existe um padrão de gastos entre os candidatos bem-sucedidos.

Como limitações do método proposto, por se tratar de uma abordagem essencialmente quantitativa, as variáveis selecionadas não consideram fatores subjetivos que podem influenciar o sucesso eleitoral, como peso do partido, visibilidade do candidato no pleito eleitoral e contexto político no qual o pleito se desenvolveu, que foge ao escopo da presente proposta de pesquisa. Além disso, a análise conta com a confiabilidade das informações transmitidas pelos candidatos ao TSE em suas prestações de contas.

Tabela 2 – Estatísticas descritivas das variáveis financeiras da campanha

Indicador	Arrecadação (R\$)	Despesas (R\$)
Mínimo	0	0
1º Quartil (Q1)	17.361	14.027
Mediana	300.355	273.605
Média	1.357.477	1.363.847
3º Quartil (Q3)	2.254.412	2.271.772
Máximo	18.107.462	18.083.083
Desvio padrão	2.089.061	2.112.940

Fonte: elaboração própria, com dados do TSE.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

As figuras 1 e 2 elaborados ilustram a distribuição da arrecadação e das despesas de campanha entre os candidatos que obtiveram sucesso eleitoral (valor 1) e aqueles que não foram eleitos (valor 0).

Para verificar se as diferenças de arrecadação e despesas entre candidatos eleitos e não eleitos são estatisticamente significativas, foi aplicado o teste t de Student para duas amostras independentes (com variâncias não assumidas como iguais).

Os resultados revelaram diferenças substanciais e estatisticamente significativas nas médias de ambas as variáveis. No caso da arrecadação, os candidatos eleitos arrecadaram, em média, R\$ 3.403.697, enquanto os não eleitos arrecadaram R\$ 922.476 ($t = -10,42$; $p < 0,00001$). Para os gastos de campanha, a média entre os eleitos foi de R\$ 3.381.734, frente a R\$ 934.869 entre os não eleitos ($t = -10,17$; $p < 0,00001$).

Em ambos os casos, os intervalos de confiança de 95% para a diferença de médias excluem o valor zero, confirmando a robustez da diferença. Esses achados reforçam a hipótese de que maiores volumes de recursos financeiros estão positivamente associados ao sucesso eleitoral.

A diferença entre os grupos também se manifesta na mediana, representada pela linha central nos *boxplots* das Figuras 1 e 2, que é visivelmente mais elevada entre os eleitos, tanto em arrecadação quanto em despesas. Para verificar se essa associação visual corresponde a um padrão estatístico consistente, foi realizado um teste de correlação de Spearman. Os resultados indicam uma correlação moderada e positiva entre despesas de campanha e sucesso eleitoral ($\rho = 0,456$; $p < 0,00001$), reforçando a hipótese de que o volume de recursos financeiros está positivamente associado ao desempenho nas urnas.

A análise das médias de arrecadação e despesas por pleito, oferece indícios importantes sobre a dinâmica financeira das campanhas e revela possíveis mudanças no comportamento de candidatos e partidos diante das novas regras de financiamento.

Foi realizada uma análise de regressão logística múltipla, com o objetivo de investigar os efeitos da arrecadação, do grande financiamento e da condição de incumbência sobre o sucesso eleitoral. O modelo incluiu simultaneamente as três variáveis como preditoras da eleição ao Senado, permitindo avaliar seus efeitos diretos e controlados.

Figura 1 – Arrecadação por sucesso eleitoral

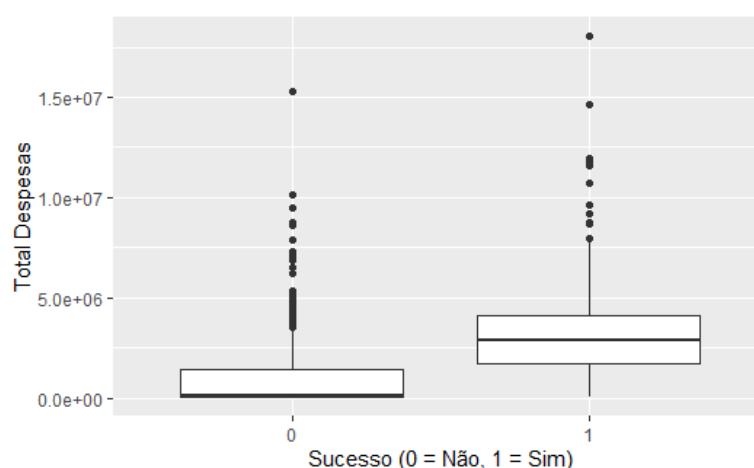
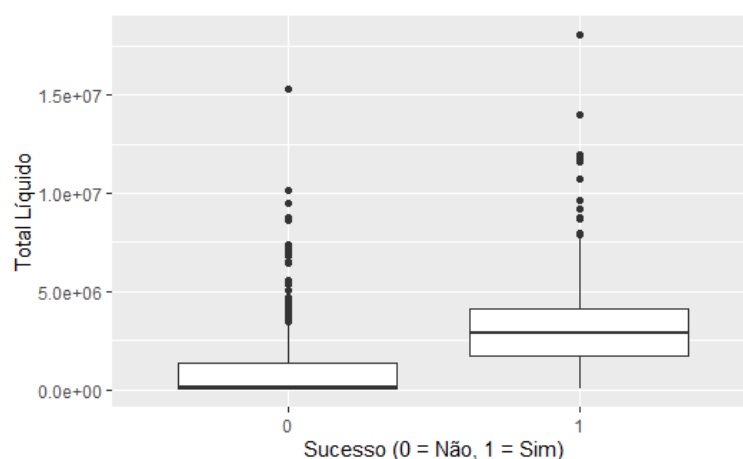


Figura 2 – Despesas por sucesso eleitoral



Os resultados indicam que a arrecadação (logaritimada) apresentou forte associação positiva com a probabilidade de sucesso eleitoral, sendo a única variável estatisticamente significativa no modelo. Esse achado reforça a centralidade do financiamento na competição eleitoral, confirmando que candidatos que arrecadam mais recursos têm maior chance de serem eleitos.

Por outro lado, a variável “grande financiado”, que identifica os candidatos que estão no percentil superior de arrecadação, não apresentou significância estatística, o que sugere que, uma vez controlado o volume total arrecadado, o status de “outlier financeiro” não afeta de forma robusta o resultado eleitoral. Da mesma forma, a variável “incumbente”, que indica se o candidato já ocupava o cargo, também não apresentou efeito estatisticamente significativo. Isso sugere que, ao se controlar o financiamento de campanha, a vantagem estrutural associada à incumbência perde força explicativa, ao menos no contexto analisado.

Esses achados dialogam com parte da literatura que aponta a crescente centralidade dos recursos financeiros nas disputas eleitorais, ainda que nuances como visibilidade, capital político e rede de apoio institucional sigam sendo importantes para a compreensão completa do fenômeno. No entanto, diferentemente do que observam autores como Jacobson (2006) e Samuels (2001), que destacam os efeitos diferenciados do dinheiro entre incumbentes e *challengers*, os resultados deste modelo não identificaram efeitos estatisticamente distintos para essas categorias, indicando que a arrecadação, independentemente do perfil político prévio, permanece como o principal fator associado à vitória nas urnas.

Na tabela 3, o destaque permanece na variável “log_arrecadação”, que apresentou coeficiente positivo, significativo e estatisticamente robusto. Esse resultado confirma que, independentemente do perfil do candidato, quanto maior o volume arrecadado, maiores as chances de sucesso eleitoral. Trata-se do principal fator explicativo do desempenho nas urnas, superando outras variáveis incluídas no modelo.

Tabela 3 - Efeitos da arrecadação, grande financiamento e incumbência sobre o sucesso eleitoral

	<i>Dependent variable:</i>
	SUCESSO
log_arrecadacao	0.822*** (0.095)
GRANDE_FINANCIADO	0.012 (0.397)
INCUMBENTE	0.269 (0.278)
Constant	-12.721*** (1.349)
Observations	867
Log Likelihood	-290.096
Akaike Inf. Crit.	588.191
Note:	*p<0.1; **p<0.05; ***p<0.01

Fonte: elaboração própria.

Já a variável “grande financiado”, apesar de representar os candidatos com arrecadações mais elevadas (percentil superior), não apresentou efeito significativo, o que indica que aportes muito altos, por si só, não aumentam nem reduzem as chances de eleição de forma consistente, quando controlado o total arrecadado. A mesma coisa se aplica à variável “incumbente”, que tampouco mostrou significância estatística,

sugerindo que a vantagem associada à ocupação prévia do cargo não se sustenta quando o financiamento de campanha é levado em conta.

Esses resultados contrastam com parte da literatura, que aponta diferenças marcantes entre incumbentes e não-incumbentes no uso e na eficácia dos recursos financeiros (Jacobson, 2006; Samuels, 2001). No presente caso, não se observou tal distinção: nem o status de incumbência nem o fato de estar entre os mais financiados se mostraram determinantes para a eleição ao Senado. A variável que efetivamente explica o sucesso é o volume de arrecadação em si.

No geral, os dados analisados mostram uma diferença expressiva entre os valores médios de arrecadação e despesas de candidatos eleitos em comparação com os não eleitos. Em média, os vencedores arrecadaram R\$ 3,4 milhões e gastaram R\$ 3,38 milhões, enquanto os perdedores arrecadaram R\$ 922 mil e gastaram R\$ 934 mil. Essa diferença foi estatisticamente significativa ($p < 0.00001$), o que permite afirmar que quanto maior o volume de recursos financeiros disponíveis para a campanha, maior a probabilidade de sucesso eleitoral. A Tabela 4 traz o output gerado pelo R para o modelo de regressão logística.

Tabela 4 - Efeitos da arrecadação e do grande financiamento na probabilidade de sucesso eleitoral (não incumbentes)

Variável	Coefficiente (β)	Erro Padrão	z	p-valor
(Intercepto)	-2.874	0.176	-16.361	<0.001***
Arrecadação total da campanha	0.000000748	0.000000073	10.249	<0.001***
Candidato com grande financiamento	-2.954	0.641	-4.608	<0.001***

AIC: 540.63 | N: 796 | Log-Likelihood: -267.31
 Nota: *** p < 0.001; ** p < 0.01; * p < 0.05

Mesmo com a exclusão dos *outliers*, definidos a partir de critérios estatísticos padronizados aplicados às variáveis de arrecadação líquida (TOTAL_LIQUIDO) e despesas de campanha (TOTAL_DESPESAS), o padrão observado se manteve: os candidatos eleitos arrecadaram, em média, R\$ 2,5 milhões e gastaram R\$ 2,47 milhões, enquanto os não eleitos arrecadaram R\$ 782 mil e gastaram R\$ 791 mil. Para fins de análise, foi criada uma variável consolidada (GRANDE_FINANCIADO) que identifica os candidatos que se destacam entre os casos extremos.

Para assegurar a robustez dos resultados, todos os testes estatísticos foram realizados tanto com quanto sem o controle desses *outliers*. A consistência dos achados, inclusive na regressão logística segmentada, reforça que a associação entre financiamento e sucesso eleitoral não depende exclusivamente dos casos extremos, mas reflete um padrão estrutural estável nos dados.

A análise de correlação de Spearman reforça essa associação entre recursos e sucesso eleitoral. A arrecadação apresentou uma correlação moderada com a vitória nas urnas ($\rho = 0,46$; $p < 0,00001$), e mesmo sem os outliers o resultado permaneceu significativo ($\rho = 0,43$; $p < 0,00001$). Esses dados indicam uma relação positiva entre arrecadação de campanha e chance de vitória.

No entanto, esse padrão não se distribui de forma uniforme entre partidos. O MDB, por exemplo, teve a maior arrecadação média (R\$ 3,6 milhões) e também a maior taxa de sucesso (68,8%). Já o PSDB arrecadou R\$ 3,3 milhões, mas converteu esse montante em apenas 28,3% de sucesso. Os dados sugerem que desempenho eleitoral depende não apenas dos recursos arrecadados, mas também de fatores como o contexto político-partidário, o posicionamento ideológico e a capilaridade das legendas nos estados (tabela 5).

Tabela 5 – Interação entre arrecadação e ideologia na probabilidade de sucesso eleitoral

Variável	Coefficiente (β)	Erro Padrão	z	p-valor
(Intercepto)	-2.954	0.214	-13.781	< 0.001***
Arrecadação total da campanha	0.000000775	0.000000084	9.184	< 0.001***
Ideologia: Direita	1.419	0.456	3.114	0.0018**
Ideologia: Esquerda	0.155	0.361	0.428	0.669
Grande Financiador	-2.500	0.591	-4.231	< 0.001***
Arrecadação × Direita	-0.000000398	0.000000135	-2.950	0.0032**
Arrecadação × Esquerda	-0.000000016	0.000000141	-0.116	0.907

AIC: 638.35 | N: 867 | Log-Likelihood: -312.17
 Nota: ***p < 0.001; **p < 0.01; *p < 0.05

O recorte de gênero também revela disparidades relevantes. Entre os 706 homens, a arrecadação média foi de R\$ 1,38 milhão, com uma taxa de sucesso de 18,7%. Já entre as 161 mulheres, a arrecadação média foi de R\$ 1,27 milhão, com taxa de sucesso de apenas 12,4%. Esses dados evidenciam a desigualdade de financiamento entre os gêneros e seu reflexo no desempenho eleitoral.

Os modelos estatísticos de regressão logística confirmam que a arrecadação é o principal fator associado ao sucesso eleitoral, com coeficientes robustos e altamente significativos ($p < 0,00001$) em todos os cenários testados. A introdução da variável “grande financiado” revela um padrão interessante: mesmo controlando pela arrecadação, os candidatos que concentram recursos em valores extremos tendem a ter menos sucesso nas urnas ($p < 0,001$). Um modelo adicional testou a interação entre arrecadação e ideologia partidária, indicando que o efeito positivo do financiamento persiste entre todos os grupos, mas é estatisticamente menor entre candidatos de direita. Em síntese, o volume de recursos arrecadados permanece como a variável mais fortemente associada à vitória

eleitoral, ainda que outros fatores, como contexto partidário e percepção pública, possam modular esse efeito.

Para além dos coeficientes, a regressão logística permite estimar a probabilidade de sucesso eleitoral para diferentes perfis de candidatos. Considerando dois cenários, um candidato com arrecadação média dos não eleitos (R\$ 922 mil) e outro com arrecadação média dos eleitos (R\$ 3,4 milhões), os resultados revelam um achado contraintuitivo. Um candidato comum, com arrecadação modesta (R\$ 922 mil) e sem status de “grande financiado”, teria uma probabilidade estimada de sucesso de 10,9%. Já um candidato “grande financiado”, mesmo com arrecadação elevada (R\$ 3,4 milhões), teria uma chance ainda menor: apenas 5,7%.

Esses dados reforçam a conclusão de que arrecadação elevada, por si só, não garante vantagem eleitoral. Pelo contrário, quando o financiamento atinge níveis considerados excessivos, ele pode estar associado a efeitos negativos, possivelmente em função de percepções de dependência de grandes doadores, práticas clientelistas ou falta de identificação popular. Assim, a estratégia de maximizar arrecadação deve ser vista com cautela, especialmente entre candidatos que não contam com visibilidade ou base política consolidadas.

Tabela 6 – Efeitos da arrecadação e do grande financiamento sobre o sucesso eleitoral

Variável	Coefficiente (β)	Erro Padrão	z	p-valor
(Intercepto)	-2.912	0.176	-16.532	< 0.001***
Arrecadação total da campanha	0.000000795	0.000000071	11.225	< 0.001***
Grande Financiado	2.138	1.186	1.802	0.0715
Interação: Arrecadação × Grande Financiado	-0.000000655	0.000000153	-4.274	< 0.001***

AIC: 628.73 | N: 867 | Log-Likelihood: -310.36
 Nota: *** p < 0.001; p < 0.1

A tabela 6 apresenta os resultados da regressão logística com interação entre arrecadação e o rótulo de “grande financiado”. Os coeficientes indicam que a arrecadação total de campanha está fortemente associada à probabilidade de sucesso eleitoral ($p < 0,001$). No entanto, o efeito marginal dessa arrecadação muda conforme o tipo de financiamento. A interação negativa e altamente significativa ($p < 0,001$) entre arrecadação e “grande financiado” sugere que, para candidatos que concentram grandes volumes de recursos, o ganho marginal de arrecadar mais é significativamente reduzido.

A partir de determinado limiar, os benefícios da arrecadação se reduzem ou mesmo se revertem, possivelmente por efeitos de rejeição, percepção negativa ou saturação da mensagem de campanha. Assim, o modelo indica que o excesso de

financiamento pode comprometer a eficácia eleitoral, especialmente quando desacompanhado de estrutura política sólida.

Esses achados sugerem que o efeito negativo associado ao rótulo de “grande financiado” pode estar relacionado a uma percepção negativa do eleitorado, que associa aportes elevados a práticas oportunistas, clientelistas ou à influência desproporcional de grupos econômicos. A simulação de probabilidades reforça essa leitura: candidatos com arrecadação elevada, mas rotulados como grandes financiados, apresentam menor chance de vitória do que candidatos com arrecadação inferior, mas inseridos em padrões de financiamento mais discretos.

Contudo, é fundamental destacar que essa associação não deve ser interpretada como causalidade direta. O efeito negativo observado pode refletir características não captadas integralmente pelo modelo, como o perfil de candidatos novatos ou pouco competitivos, que recorrem a grandes volumes de financiamento como estratégia compensatória frente à ausência de visibilidade ou apoio partidário consistente. Em muitos casos, o grande financiamento é menos um indicativo de força eleitoral do que um sinal de vulnerabilidade estrutural.

Os achados deste estudo reforçam a importância de interpretar os dados dentro de um quadro político e institucional mais amplo, evitando conclusões deterministas. A análise não apenas amplia a compreensão sobre os limites do financiamento como estratégia eleitoral, como também abre espaço para investigações futuras sobre os perfis e estratégias associadas aos grandes financiados.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os achados evidenciam que a arrecadação de campanha exerce um papel central no sucesso eleitoral, configurando-se como o fator mais decisivo entre as variáveis analisadas. Mesmo ao se controlar a condição de incumbência e o status de grande financiamento, o volume de recursos arrecadados se manteve como um forte preditor de vitória nas urnas. Em contraste, as demais variáveis testadas no modelo, ser incumbente e estar entre os maiores arrecadadores (grande financiado), não apresentaram significância estatística, o que sugere que seu efeito direto sobre o sucesso eleitoral é limitado, ao menos no contexto empírico observado.

Esse resultado reforça a ideia de que o dinheiro, mais do que o histórico político ou o montante absoluto arrecadado, é a variável mais consistente na explicação da

competitividade eleitoral ao Senado. A ausência de significância para a incumbência, por exemplo, aponta que a vantagem associada à ocupação prévia do cargo pode ser anulada ou superada por campanhas financeiramente robustas, reduzindo a força explicativa da trajetória institucional frente à lógica da arrecadação.

Adicionalmente, fatores como gênero, filiação partidária e localização geográfica também se mostraram relevantes na análise descritiva, embora não tenham sido incorporados ao modelo multivariado final. As desigualdades de acesso aos recursos, especialmente entre candidatas mulheres, reforçam as barreiras estruturais enfrentadas por certos grupos na disputa eleitoral.

Cabe destacar as limitações desta análise. A relação entre financiamento e sucesso eleitoral, embora estatisticamente significativa, não pode ser automaticamente interpretada como causal. Fatores não observados, como a qualidade das campanhas, a força das coligações, o perfil do eleitorado ou a trajetória prévia dos candidatos, podem interferir nos resultados. Além disso, o efeito não significativo do “grande financiamento” pode refletir tanto a diluição de seu impacto diante da arrecadação total quanto estratégias ineficazes de campanha entre candidatos altamente financiados.

Tais limitações apontam para a complexidade do fenômeno eleitoral e evidenciam a necessidade de aprofundar essa agenda de pesquisa por meio de modelos mais sofisticados e da incorporação de novas variáveis analíticas. No presente trabalho, optou-se por um modelo de regressão logística múltipla, no qual a condição de incumbência foi tratada como variável independente, ao lado da arrecadação e do grande financiamento. Essa escolha permitiu avaliar os efeitos diretos e combinados dessas variáveis sobre o sucesso eleitoral, reforçando a centralidade do financiamento de campanha como principal preditor estatisticamente robusto.

A continuidade deste estudo em níveis mais avançados de formação acadêmica pode contribuir significativamente para a compreensão dos mecanismos que estruturam a competição política no Brasil, em especial em um cenário de mudanças recentes nas regras de financiamento e crescente debate sobre representação e equidade no processo eleitoral.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BLAIS, André. The Debate over Electoral Systems. **International Political Science Review**. 12; 239; 1991.

COUTO, Lucas e ALBALA, Adrián. **A coalescência revisitada: o cálculo presidencial no bicameralismo**. DADOS - *Revista de Ciências Sociais*, n. 66, p. 1-45, 2022.

Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/dados/a/DBLZXnGrZYNZRPYSKDsSGkg/?lang=pt>

CHEIBUB, José Antônio e FIGUEIREDO, Argelina Maria Cheibub e LIMONGI, Fernando de Magalhães Papaterra. **Partidos políticos e governadores como determinantes do comportamento legislativo na Câmara dos Deputados, 1988-2006**. DADOS : *Revista de Ciências Sociais*, v. 52, n. 2, p. 263-299, 2009. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/dados/a/DXSzSH9PCC66Sbfpzb4tTwy/?lang=pt>

JACOBSON, Gary C. **Measuring campaign spending effects in US House elections**. In: *Capturing campaign effects*, p. 199-220, 2006.

LACERDA, Alan Daniel Freire de. **O voto em bloco individual no Brasil: notas de pesquisa sobre a eleição senatorial de duas vagas**. *Revista Brasileira de Ciência Política*, Brasília, n. 26, p. 107-130, 2018. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/rbcpol/a/C4C6rNkghFLGrW57Jk5SKmt/?lang=pt>

LARDEYRET, Guy. The Problem with PR. In: DIAMOND, Larry; PLATTNER, Marc F. (orgs.) **Electoral Systems and Democracy**. Baltimore: The Johns Hopkins University Press and the National Endowment for Democracy, 2006.

LIJPHART, Arend. Constitutional Choices for New Democracies. In: DIAMOND, Larry; PLATTNER, Marc F. (orgs.) **Electoral Systems and Democracy**. Baltimore: The Johns Hopkins University Press and the National Endowment for Democracy, 2006.

MACHADO, Marcela. **O que o dinheiro compra? A responsividade do Congresso Nacional frente ao financiamento de campanhas da indústria**. 2016. 91 f., il. Dissertação (Mestrado em Ciência Política) -Universidade de Brasília, Brasília, 2016.

_____. **Para além do dinheiro: acesso e deferência nas relações congressuais entre lobistas e deputados federais**. 2020. 131 f., il. Tese (Doutorado em Ciência Política) - Universidade de Brasília, Brasília, 2020.

NEIVA, Pedro Robson Pereira e SOARES, Márcia Miranda. **Senado brasileiro: casa federativa ou partidária?** *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, n. 28, p. 97-115, 2013. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/rbcsoc/a/ZGmmLJMcdgGJpnPHF8cDc8G/abstract/?lang=pt>

RIKER, William. Duverger's Law Revisited. In: GROFMAN, Bernard; LIJPHART, Arend (orgs.). **Electoral Laws and Their Political Consequences**. 3 ed. New York: Agora Publishing, 2003.

SAINZ, Nilton e ENGLER, Icaro. **Estranhos no ninho? Perfil e carreira de titulares e suplentes no Senado Federal.** Revista de Sociologia e Política, n. 32, 2024.
Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rsocp/a/DYbJwBTSMJpC3swFDVV3kLp/>

SAMUELS, David. **Does Money Matter? Credible Commitments and Campaign Finance in New Democracies: Theory and Evidence from Brazil.** In: Comparative Politics, Vol. 34, No. 1 2001, pp. 23-42.

SARTORI, Giovanni. The Influence of Electoral Systems: Faulty Laws or Faulty Method? In: GROFMAN, Bernard; LIJPHART, Arend (orgs.). **Electoral Laws and Their Political Consequences.** 3 ed. New York: Algora Publishing, 2003.

WRIGHT, Jack F. Australian Experience with Majority Preferential and Quota-Preferential Systems. In: GROFMAN, Bernard; LIJPHART, Arend (orgs.). **Electoral Laws and Their Political Consequences.** 3 ed. New York: Algora Publishing, 2003.