

XI CONGRESSO LATINO-AMERICANO DE CIÊNCIA POLÍTICA (ALACIP)

DINHEIRO E POLÍTICA: os recursos públicos nas campanhas eleitorais do Brasil

Karoline Cavalcante UNICAMP

Paper preparado para apresentação no XI Congresso Latino-Americano de Ciência Política (ALACIP), organizado conjuntamente pela Associação Latino-Americana de Ciência Política e a Associação Chilena de Ciência Política, Santiago, Chile, 21, 22 e 23 de julho de 2022.

Eixo 8 Partidos y Sistemas de Partidos.

Julho 2022

DINHEIRO E POLÍTICA: os recursos públicos nas campanhas eleitorais do Brasil

Karoline Cavalcante¹

RESUMO

A presente pesquisa analisa a distribuição dos recursos públicos nas campanhas eleitorais ao cargo de deputado federal nas eleições de 2018 em todo o Brasil. A revisão da literatura trata do debate sobre o financiamento de campanha no Brasil, analisa as mudanças de regras ocorridas com a criação do Fundo Especial de Financiamento de Campanhas (FEFC). A fonte de dados foi o site do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), de onde foram extraídos os bancos de dados. O universo da pesquisa foi constituído por todos os candidatos ao cargo de deputado federal que receberam recursos públicos provenientes do fundo eleitoral, organizados por partidos. Na análise dos resultados, trabalhou-se com os candidatos eleitos e não eleitos a partir das variáveis: partido, resultado da eleição, gênero, raça, receita e faixa etária. O método utilizado para análise dos dados foi o da estatística descritiva. O objetivo foi o de responder ao seguinte problema de pesquisa: as mudanças de regras no financiamento de campanhas possibilitaram maior equidade na distribuição de recursos públicos entre partidos e candidatos? A pesquisa mostra que os recursos do fundo estão concentrados em poucos partidos e que esses partidos também concentram em poucos candidatos a distribuir. Os resultados apontam que apenas 11 partidos (MDB, PP, PT, PSDB, PR, PSB, PSD, PRB, DEM, PTB, SOLIDARIEDADE) investiram 78,2% do total dos recursos do fundo destinados pelos partidos aos candidatos ao cargo de deputado federal. Elegeram, juntos, 338 deputados federais de um total de 513.

Palavras-chaves: Financiamento de campanhas, Recursos públicos, Eleições, Partidos Políticos.

ABSTRACT

The present research analyzes the distribution of public resources in electoral campaigns for the position of federal deputy in the 2018 elections throughout Brazil. The literature review deals with the debate on campaign financing in Brazil, analyzes the changes in rules that occurred with the creation of the Special Fund for Campaign Financing (FEFC). The data source was the website of the Superior Electoral Court (TSE), from which the databases were extracted. The research universe consisted of all candidates for the position of federal deputy who received public resources from the electoral fund, organized by parties. In the analysis of the results, we worked with the elected and non-elected candidates based on the variables: party, election result, gender, race, income and age group. The method used for data analysis was descriptive statistics. The objective was to answer the following research problem: have the changes in the rules in the financing of campaigns made possible greater equity in the distribution of public resources between parties and candidates? The research shows that the fund's resources are concentrated in a few parties and that these parties also concentrate on a few candidates to distribute them. The results show that only 11

¹ Mestra em Ciência Política pela Universidade Federal do Pará (UFPA), Doutoranda em Ciência Política na Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP).

parties(MDB, PP, PT, PSDB, PR, PSB, PSD, PRB, DEM, PTB, SOLIDARITY) invested 78.2% of the total funds allocated by the parties to candidates for the post of federal deputy. Together they elected 338 federal deputies out of a total of 513.

Keywords: Campaign financing, Public resources, Elections, Political Parties.

INTRODUÇÃO

A criação do FEFC significou uma transição no modelo de financiamento eleitoral brasileiro, que teve como propósito acabar com a dependência dos partidos políticos das grandes empresas: a partir de então, os recursos privados foram substituídos por recursos públicos. Juntamente com a criação do fundo especial, foram implementado um conjunto de resoluções a fim de inserir as mulheres nos espaços decisórios, sendo possível destacar: 1- a obrigatoriedade de 30% do FEFC para as candidaturas femininas; 2- destinação de 30% do tempo de propaganda de rádio e TV também para candidatas mulheres. Tais resoluções foram somadas a decisões anteriores que determinaram a destinação de 5% do fundo partidário² para ser utilizado como forma de incentivar a participação de mulheres na política e de 10% do tempo de propaganda eleitoral para difundir a participação feminina. A sub-representação feminina na política é uma realidade vivenciada no Brasil, embora as mulheres sejam maioria entre os eleitores, são minoria nas casas legislativas, sendo apenas 14,8% no Senado Federal e 15% na Câmara dos deputados.

Neste trabalho, o propósito foi investigar como os partidos políticos no Brasil distribuíram entre os seus candidatos e candidatas ao cargo de deputado federal os milhares de recursos públicos recebidos do fundo eleitoral nas eleições de 2018. As informações foram coletadas do Repositório de Dados Eleitorais e do Sistema de Prestação de Contas Anual do Tribunal Superior Eleitoral (TSE). O recorte da pesquisa foi constituído por todas as candidaturas à câmara de deputados em 2018, organizada por partidos.

O resultado deste trabalho será apresentado a partir de três seções: inicialmente, uma breve descrição da literatura sobre financiamento de campanhas no Brasil, em seguida tratar-se-á também da criação do FEFC como fonte importante de financiamento nas eleições. Em um segundo momento será exposto o cenário eleitoral que permeou as eleições brasileiras em 2018. Posteriormente, apresentar-se-á a metodologia da pesquisa, os resultados, análises e discussões acerca da distribuição dos recursos do FEFC nas eleições de 2018 no Brasil, para, por fim, expor considerações finais quanto à investigação.

² Fundo Partidário é um Fundo Especial de Assistência Financeira que os partidos recebem da União e que tem como objetivo subsidiar financeiramente a manutenção dos partidos políticos brasileiros.

1 DESCRIÇÃO DA LITERATURA SOBRE FINANCIAMENTO DE CAMPANHAS NO BRASIL

A literatura sobre financiamento de campanhas no Brasil é extensa e passa a ganhar outros campos de investigação com o fim da participação das empresas no jogo eleitoral. Foram 22 anos de participação ativa das empresas nas disputadas eleitorais até que o Supremo Tribunal Federal (STF) tomasse a decisão em 17 de setembro de 2015, de julgar procedente em parte a Ação Direta de Inconstitucionalidade (ADIN) 4650, formulada pela Ordem dos Advogados do Brasil (OAB). Essa ADIN levantou preocupações sobre a relação entre os eleitos e os financiadores e foi construída em torno do consenso de que “o dinheiro (‘receitas’ e ‘despesas’) impacta o resultado, ou seja, os eleitos têm campanhas mais caras” (LEMOS, 2010). O poder econômico teria a capacidade de “escolher” ou selecionar os que vão ser eleitos pelos cidadãos, desequilibrando uma disputa que deveria se dar em torno de ideias ou da avaliação pessoal do candidato. O julgamento dessa Ação começou em 2013 e foi concluído apenas em 2015. O STF definiu pela inconstitucionalidade da doação de empresas para candidatos, em uma decisão que passou a valer nas eleições municipais de 2016. Com o advento da inconstitucionalidade da participação empresarial nas eleições, outras alterações previstas na Reforma Eleitoral de 2015 (Lei n. 13.165) passaram a vigorar. Entre as principais deve-se destacar a decisão de 29 de setembro de 2015, do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), que através da Resolução n. 23.459, definiu limite de gastos nas campanhas eleitorais brasileiras (TSE, 2015). Com base nessa lei, foi fixado o teto máximo de gastos dos candidatos para as eleições, ficando estabelecido a partir dos gastos realizados na eleição anterior.

Ao longo da história do Brasil, foram diversas as formas de organização financeira dos partidos e das campanhas. São inúmeros os estudos que investigam a participação do poder econômico nas campanhas eleitorais. Araújo (2004) traça a história do financiamento eleitoral no Brasil, discute o custo da campanha eleitoral, faz algumas propostas de mudança e termina estabelecendo uma comparação com países como Alemanha, Estados Unidos, Canadá, França e Itália. O autor destaca que o financiamento eleitoral aparece na agenda política do Brasil e dos países examinados por ele. O debate de reforma na legislação eleitoral dos países examinados, na maioria dos casos, foi impulsionado por escândalos que envolveram a classe política e seus financiadores. Araújo (2004, p. 65) identifica “ser comum a diferentes arranjos institucionais uma combinação de posturas: rigidez para com as finanças de partidos e candidatos com tolerância extrema para com recursos de terceiros, simpatizantes ou outras

formas de *soft money*, no jargão norte-americano” e alerta que essa combinação entrou em crise em diversos países à medida que ficou evidente o papel do poder econômico na escolha e no comportamento dos eleitos.

Bourdoukan (2009) investigou como surgiu o financiamento público de campanha e como esse modelo de financiamento afeta a competição eleitoral. Para isso, analisou, em perspectiva comparada, 111 países de regimes democráticos. Entre os principais objetivos do trabalho, estava o de “explicar o surgimento, a disseminação e os efeitos do financiamento público de partidos e campanhas eleitorais” (BOURDOUKAN, 2009, p.4). Entre os principais achados da pesquisa, pode-se destacar a afirmação de que “o financiamento público é uma característica dos países que adotam sistemas eleitorais proporcionais” (BOURDOUKAN, 2009, p. 97), evidenciando uma clara distinção no modelo de financiamento a partir do sistema eleitoral. Em países em que o sistema eleitoral é caracterizado como majoritário, prevalece o financiamento privado de campanhas, enquanto em países de sistema proporcional a predominância é a de financiamento público.

Em outro trabalho sobre financiamento eleitoral, Braga e Bourdoukan (2009) se concentraram na distribuição do fundo partidário, tendo como foco a organização partidária e quais os possíveis efeitos que essa distribuição ocasiona na competição eleitoral. Ao longo do trabalho, descrevem como os partidos distribuem seus fundos a partir das suas próprias regras internas, demonstrando que as características dos partidos políticos definem a aplicação de seus recursos. Nesse sentido, partidos de características regionais têm maior repasse do fundo para os estados, enquanto partidos com maior centralidade política concentram seus recursos nos diretórios nacionais. O principal achado da pesquisa foi a constatação de que no Brasil há uma tendência de favorecimento aos grandes partidos, caracterizada por uma forte concentração dos recursos de financiamento público nas grandes legendas (BRAGA; BOURDOUKAN, 2009).

Campos (2009) tenta mensurar o custo total da democracia partidária brasileira, buscando entender esses gastos como um sistema. O autor busca analisar a relação entre dinheiro e política. Três momentos foram analisados: os repasses do fundo partidário aos partidos comparado às suas receitas privadas; a distribuição desses recursos pelos partidos; e as regras internas estabelecidas pelos partidos através dos seus estatutos quanto à divisão desses recursos. Os principais achados da pesquisa coadunam com outros estudos referentes a essa temática, como o de que há forte concentração de recursos públicos nos maiores partidos e o de que existe uma maior garantia de acesso a recursos para partidos com maior capital eleitoral nas urnas (CAMPOS, 2009; BRAGA; BOURDOUKAN, 2009). Essa assertiva tem

relação direta com a legislação que define a distribuição do fundo partidário e do Fundo Especial de Financiamento de Campanhas (FEFC) pelo número de deputados eleitos à Câmara Federal, ou seja, quanto maior a bancada eleita pelo partido, maior será a participação na divisão dos recursos.

No que se refere à distribuição do fundo partidário para os diretórios regionais, os resultados apresentados por Campos (2009) constataam que os partidos políticos no Brasil não cumprem seus estatutos em relação aos repasses. No geral, há uma concentração de recursos nas direções nacionais, com critérios de divisão à revelia do que preveem seus estatutos. Os repasses regionais, quando analisados, explicitam o poder de decisão dos dirigentes nacionais em relação à divisão do recurso aos estados de acordo com suas estratégias políticas. Em relação ao capital privado nos partidos políticos, o autor constatou que o recurso privado tem destino parecido com o recurso público, pois, embora a doação empresarial, por exemplo, pudesse ser feita diretamente às direções estaduais, segue a centralidade das doações nas direções nacionais. Campos (2009, p. 210) destaca que a análise dos demonstrativos das receitas dos partidos políticos revela maior dependência da fonte de recursos públicos, ultrapassando a média de 90% da receita total dos partidos, exceto o Partido dos Trabalhadores (PT) e o Partido Socialista Brasileiro (PSB) que, segundo o autor, apresentaram “menor dependência do dinheiro público, em termos médios para o período de 1998 a 2006”. Com relação à presença do capital privado nas receitas dos partidos políticos, aumentou em anos eleitorais, apresentando refluxo em anos não eleitorais.

Cervi (2010) analisou 173 prestações de contas de candidatos a prefeito das 26 capitais brasileiras em 2008. Diferentemente de diversos trabalhos apresentados até aqui, Cervi apresenta-se como crítico ao financiamento público exclusivo e discute as possíveis vantagens do sistema privado de financiamento das campanhas. Segundo o autor, esse modelo seria capaz de estreitar as relações entre partidos políticos e sociedade civil, enquanto o modelo de financiamento exclusivamente público tenderia a criar partidos cada vez mais distantes da sociedade e extremamente dependentes do estado. Entre os principais achados da pesquisa está a constatação de que empresas fazem doações para campanhas sem qualquer distinção ideológica. No entanto, na investigação, é estabelecida uma correlação positiva entre volume de doação empresarial e sucesso eleitoral das candidaturas majoritárias. Ou seja, na prática, as empresas concentram as doações de recursos apenas para quem de fato apresenta viabilidade eleitoral, independentemente de qual partido o candidato esteja filiado.

Mancuso e Ferraz (2012) destacam a concentração de recursos para poucas candidaturas, resultando no fato de que poucos partidos recebem a esmagadora maioria das

doações. A concentração dos recursos leva a uma desigualdade na condição de disputa que pode influenciar no comportamento dos representantes eleitos. Os autores alertam que tais distorções podem alterar o comportamento parlamentar dos eleitos, que, em vez de defender os interesses públicos, ficariam comprometidos em defender os interesses de grupos empresariais que financiaram suas candidaturas ao parlamento. Na prática, o comportamento parlamentar dessa natureza representa a institucionalização do *lobby* no parlamento brasileiro.

Em outro trabalho sobre financiamento de campanha no Brasil, Peixoto (2009) faz dois esforços. O primeiro é o de comparar a legislação de arrecadação financeira para campanhas eleitorais no Brasil e em mais 96 países. O segundo esforço é descrever a estruturação de gastos e de arrecadação nas eleições brasileiras de 2006 e 2008. Entre os principais achados da pesquisa, pode-se ressaltar: 1 – eleições para cargo de deputado estadual têm maior peso de doações de pessoas físicas, esse achado pode estar ligado ao autofinanciamento; 2 – candidatos aos cargos majoritários de Governo e Senado são os maiores beneficiados proporcionalmente por doações empresariais; 3 – candidatos com maiores gastos lograram mais votos; 4 – há diferenças regionais nos custos de campanhas, variando por unidades da federação; 5 – municípios com maior potencial econômico possuem campanhas mais caras; 6 – campanha eleitoral na TV torna-se mais cara. Ou seja, municípios onde as campanhas necessitam de programa de TV, essas são mais caras, em média, R\$2,1 a mais por eleitor, comparados aos municípios que não utilizam propaganda de TV.

Speck (2012, p. 50) trata do financiamento de campanha como um dos pontos centrais das democracias: “Recursos de campanha só se fazem necessários se há partidários e simpatizantes a serem mobilizados e cidadãos convertidos em eleitores com programas, promessas ou benefícios”. A principal preocupação do artigo é a história do financiamento de campanha no Brasil e de como esse financiamento acaba por influenciar comportamentos de corrupção entre os eleitos. Para esse autor, três problemas são relevantes: 1 – a influência do cidadão no processo representativo; 2 – o equilíbrio da disputa eleitoral; 3 – as consequências do financiamento na atuação dos eleitos ao parlamento. O autor concentra sua análise na corrupção vinculada ao financiamento político e conclui que há diferenças significativas entre o suborno em busca de vantagens privadas cometido por agentes públicos e a busca de vantagem política, através de financiamento político, para esses mesmos agentes. Tais diferenças se dariam pelo fato de que o financiamento político provoca distorções no sistema eleitoral.

Nesse cenário, Santos (2011) discute as tendências dos grandes doadores em campanhas para deputados federais em três eleições. Ao longo do texto, reforça a ideia de que

os recursos dos maiores doadores empresariais são concentrados em poucas candidaturas. Para chegar aos seus principais resultados, o autor comparou as eleições de 2002, 2006 e 2010 para o cargo de deputado federal e analisou as características dos financiadores e dos beneficiários dos recursos. Os principais achados da pesquisa constataam que houve um aumento nos valores doados pelas empresas a cada eleição, ao mesmo tempo em que se ampliou o número de empresas participando do jogo eleitoral: “em 2002 eram 5.844 empresas, em 2006 passou para 7.656 e em 2010 foram 7.884 empresas” (SANTOS, 2011, p. 10). Em relação à característica dos doadores, a pesquisa apontou que o financiamento de campanha depende do alvo de interesse de quem está doando. Portanto, dependendo do nível de influência do parlamentar na agenda decisória, poderá atrair mais doadores que tenham interesse em determinadas pautas.

Angélico e Michener (2012) analisaram as regras de financiamento eleitoral de 180 países. Os autores examinaram o banco de dados do ano de 2012 do Institute for Democracy and Electoral Assistance (IDEA) 4 . Como metodologia de análise, os países foram divididos em três grupos: alto, médio e baixo desempenho sociopolítico. Os autores buscaram, ainda, explicações para a resistência em não tornar públicas as informações que dizem respeito ao financiamento político e nesse ponto três argumentações foram analisadas, sendo elas: a chamada “corrida armamentista”, o clientelismo e o constrangimento. O resultado da análise desses três pontos concluiu que, embora as argumentações apresentem lógica, não são consistentes no que diz respeito à justificativa para a defesa da restrição de informações sobre financiamento político. Ao final, concluíram que a única divergência consistente era a respeito da divulgação pública da arrecadação e dos gastos de campanha.

Netto e Speck (2017) realizaram interessante pesquisa sobre o financiamento de campanha dos candidatos evangélicos, tendo como foco as eleições de 2010 e 2014, em todo o Brasil, para Deputado Estadual e Federal. Eles partiram da seguinte indagação: candidatos evangélicos possuem um perfil de financiamento de campanha diferenciado do de outros candidatos? Os autores levantam questões relevantes acerca de uma suposta dependência menor de recursos por parte das candidaturas evangélicas, pelo fato de contarem com recursos alternativos como: apoio institucional das igrejas; possibilidade de realizar campanha dentro da igreja³, diminuindo os custos de campanha; público específico de eleitores ditos “cativos”. Como metodologia de análise quantitativa, os autores fizeram uso da estatística descritiva sobre as receitas e despesas de campanhas eleitorais de evangélicos e não evangélicos. De forma surpreendente, os autores descobriram que as receitas de campanha de candidatos

3 Prática proibida pela legislação eleitoral.

evangélicos não se diferenciam com relação à dos demais candidatos. Ao analisar as despesas de campanha e o sucesso eleitoral, a conclusão foi a de que a condição de evangélico não possui impacto significativo para o candidato conseguir ser vitorioso nas urnas. Em relação ao impacto do dinheiro sobre o voto, revelou-se de modo surpreendente que o dinheiro rende menos para os candidatos evangélicos.

Para Mancuso (2014), estudar o investimento eleitoral, a partir do financiamento eleitoral empresarial, justifica-se por diversas razões, sendo a principal delas o fato de que no último período, no Brasil, esse investimento se tornou bastante vultoso. “Conforme as declarações enviadas à Justiça Eleitoral por candidatos, partidos e comitês, o investimento nas eleições de 2010, para todos os cargos em disputa, chegou a quase 3 bilhões de reais”. Mancuso (2014) afirma: “Em termos comparativos, esse valor é duas vezes maior que o volume de recursos destinado no Orçamento da União de 2010 ao programa “Luz para Todos”, e cerca de dez vezes maior que o montante dedicado ao programa de erradicação do trabalho infantil”. Para Lemos, Marcelino e Pederiva (2010), Santos (2011) e Mancuso 2012, além de vultoso, o investimento cresce a cada pleito em ritmo muito superior ao da inflação acumulada no período intereleitoral.

Como argumenta Mancuso (2014), a literatura sobre os resultados e os determinantes de receitas e despesas eleitorais no Brasil – com ênfase no financiamento eleitoral empresarial – organiza-se, sobretudo, em torno de três grandes questões: (i) As contribuições e os gastos de campanha afetam os resultados eleitorais? Neste ponto, o investimento eleitoral é tomado como variável explicativa principal e os resultados eleitorais são tomados como variável dependente. (ii) As doações de campanha resultam em benefícios para os financiadores? Aqui, o investimento eleitoral continua como variável explicativa principal, mas a variável dependente passa a ser os resultados alcançados pelos financiadores. (iii) Que fatores explicam as contribuições e os gastos de campanha? Os trabalhos que tratam desta questão procuram as variáveis explicativas para o investimento eleitoral, que se torna então a variável dependente (MANCUSO, 2014, p. 158). Em termos gerais, os estudos tendem a identificar associações positivas entre recursos financeiros e resultados nas urnas. Isso significa que os candidatos com mais potencial de serem eleitos são os que têm mais dinheiro para investir na campanha.

Durante a vigência das regras anteriores de financiamento, a doação empresarial cresceu significativamente nas eleições. Speck e Mancuso (2015) investigaram o que leva alguns candidatos a terem mais recursos de empresas do que outros. Os autores concentraram a investigação nas doações diretas de empresas para candidatos a deputado federal nas

eleições de 2002, 2006 e 2010. Três fatores são investigados pelos autores: características individuais, ideologia partidária e fatores políticos. Entre os principais achados do estudo estão as seguintes constatações: 1 – mandatários possuem maior capacidade de financiamento quando comparados com candidatos desafiantes; 2 – os maiores partidos tendem a receber a maior parte dos financiamentos, deixando legendas pequenas em total desvantagem; 3 – candidatos de partidos que compõem a base de apoio ao governo tendem a receber menos recursos do que os demais candidatos. Quando observadas as características individuais, as constatações foram as de que candidatos homens, com ensino superior e com a ocupação declarada de empresário, possuem maior vantagem sobre os demais. Nesse trabalho, os autores concluíram que tanto as características individuais quanto os fatores políticos influenciavam o financiamento empresarial.

1.1 RECURSOS PÚBLICOS NAS CAMPANHAS ELEITORAIS: A CRIAÇÃO DO FUNDO ESPECIAL DE FINANCIAMENTO DE CAMPANHA (FEFC)

Até as eleições de 2014, os candidatos contavam com quatro fontes de financiamento: 1 – Os recursos próprios dos candidatos, através dos quais eles podiam fazer investimento pessoal na própria campanha. Nesse caso, era permitido “doar” seus recursos no valor máximo estabelecido pelo partido; 2 – Recursos e fundos próprios dos partidos políticos. Esses recursos puderam ser utilizados nas campanhas eleitorais de acordo com previsão existente no § 5º do art. 39 da Lei n. 9.096/95. É pacífico que os partidos políticos, em todos os níveis de direção, podem aplicar nas campanhas eleitorais os recursos do Fundo Partidário, inclusive de exercícios anteriores, por meio de doações a candidatos e a comitês financeiros; 3– Doações de pessoas físicas. Conforme o disposto no art. 23 da Lei das Eleições, as doações de pessoas físicas ficaram limitadas a 10% dos rendimentos brutos auferidos pelo doador no ano anterior à eleição; 4 – Doações de pessoas jurídicas: Ficaram limitadas a 2% do faturamento bruto do ano anterior à eleição.

Com o fim da participação das empresas no jogo eleitoral, a necessidade de instituir o financiamento público de campanhas no Brasil voltou a fazer parte da agenda do Congresso Nacional. De acordo com Rocha e Silva (2015), entre 1989 e 2010, foram apresentadas 808 emendas constitucionais tratando do problema da representação política, que podem ser agregadas em nove temas: sistema de governo; sistema de representação; direitos políticos; partidos políticos; sistema e processo eleitoral; executivo e legislativo e organização e processo legislativo; participação popular; regras para mudança constitucional; entre outros. Vê-se que, até 2010, o tema do financiamento de campanhas não faz parte da agenda dos

congressistas. Com a escassez de recursos nas campanhas, centenas de projetos que buscavam a introdução de dinheiro público nas campanhas eleitorais voltaram a fazer parte da agenda parlamentar.

Em 06 de outubro de 2017, o então presidente da república Michel Temer (MDB) sancionou a Lei 13. 487 que alterou as Leis n. 9.504, de 30 de setembro de 1997, e 9.096, de 19 de setembro de 1995, e de uma só vez extinguiu a propaganda partidária no rádio e na TV em anos em que não acontecem eleições e criou o FEFC, o qual consiste da isenção fiscal de emissoras de rádio e TV e foi constituído da seguinte forma:

Art. 16-C. O Fundo Especial de Financiamento de Campanha (FEFC) é constituído por dotações orçamentárias da União em ano eleitoral, em valor ao menos equivalente: I – ao definido pelo Tribunal Superior Eleitoral, a cada eleição, com base nos parâmetros definidos em lei; II – a 30% (trinta por cento) dos recursos da reserva específica de que trata o inciso II do § 3º do art. 12 da Lei n. 13.473, de 8 de agosto de 2017 (Lei 9.504/1997, art. 16).

Embora aprovada em 2017, foi somente em 2018 que o TSE regulamentou, através da Resolução n. 23.568, de 24 de maio de 2018, as diretrizes para gestão e distribuição do fundo. De acordo com esta resolução, a distribuição do recurso do fundo eleitoral deve obedecer ao seguinte critério:

I - 2% (dois por cento), divididos igualmente entre todos os partidos com estatutos registrados no TSE;
II - 35% (trinta e cinco por cento), divididos entre os partidos que tenham pelo menos um representante na Câmara dos Deputados, na proporção do percentual de votos por eles obtidos na última eleição geral para a Câmara dos Deputados;
III - 48% (quarenta e oito por cento), divididos entre os partidos, na proporção do número de representantes na Câmara dos Deputados, consideradas as legendas dos titulares; e
IV - 15% (quinze por cento), divididos entre os partidos, na proporção do número de representantes no Senado Federal, consideradas as legendas dos titulares.
§ 1º Para fins do disposto no inciso II do caput deste artigo, consideram-se as retotalizações ocorridas.
§ 2º Para fins do disposto nos incisos III e IV do caput deste artigo, nas eleições de 2018, a distribuição dos recursos entre os partidos terá por base o número de representantes titulares na Câmara dos Deputados e no Senado Federal, apurado em 28 de agosto de 2017, e, nas eleições subsequentes, apurado no último dia da sessão legislativa imediatamente anterior ao ano eleitoral (Lei n. 13.488/2017).

Ao definir como critério de distribuição de recursos o número de parlamentares na Câmara e no Senado, o FEFC beneficiou com maior volume de recursos os partidos com maior presença institucional nas duas casas, os quais receberam os maiores volumes recursais. Nas eleições de 2018, o valor total distribuído aos partidos para que financiassem seus candidatos e candidatas foi da ordem de R\$ 1.716.209.431,00 (Um bilhão, setecentos e

dezesseis milhões, duzentos e nove mil e quatrocentos e trinta e um reais). Entre os 35 partidos com registro no TSE, 34 receberam recursos do fundo⁴. Assim, os partidos com maior volume de recursos foram o MDB, com R\$ 230.974.290,08; o PT, com R\$ 212.244.045,51; e o PSDB, com R\$ 185.868.511,77. Já os partidos com os menores volumes de recursos foram o NOVO, PMB, PCO, PCB, PPL e PSTU, que receberam R\$ 980.691,10 cada.

A cada eleição, o volume de recursos públicos repassados aos partidos políticos vem aumentando. Nas eleições de 2020, a primeira eleição de âmbito municipal a contar com recursos do FEFC, o total destinado aos partidos políticos foi da ordem de R\$ 2.034.954.823,96 (dois bilhões, trinta e quatro milhões, novecentos e cinquenta e quatro mil, oitocentos e vinte e três reais e noventa e seis centavos). Os partidos que mais receberam recursos foram o PT com R\$ 200.925.914,05; seguido do PSL com R\$ 193.680.822,47; e o PSD com R\$ 157.180.452,52. Os que menos receberam foram o PCB, PCO, PMB, PRTB, PSTU, e UP com R\$ 1.233.305,95 cada. Nas eleições de 2022, segunda de âmbito nacional a contar com recursos do FEFC, o valor previsto para que os partidos invistam em seus candidatos é da ordem de 4.961.519.777,00 (quatro bilhões, novecentos e sessenta e um milhões, quinhentos e dezenove mil e setenta e sete) quase o dobro do montante utilizado pelos partidos nas eleições de 2018 e 2020. Os partidos que mais serão beneficiados com recursos do fundo em 2022 são o União Brasil com R\$ 782,5 milhões; o PT, com R\$ 503,4 milhões; e o MDB, com R\$ 363, 2 milhões. Os partidos com menores volumes de recursos são AGIR, DC, PCB, PCO, PMB, PMN, PRTB, PSTU e UP com 3,1 milhões cada.

2 CENÁRIO POLÍTICO DAS ELEIÇÕES DE 2018

Nas eleições de 2018, o Brasil contou com 35 partidos participando da disputa eleitoral, desse total apenas 1 partido abriu mão dos recursos do FEFC, enquanto todos os outros receberam recursos do fundo.

Em relação à composição do eleitorado⁵, os números do TSE revelam que nas eleições de 2018 um total de 147.306,275 brasileiros estavam aptos a irem às urnas, em 5.70 municípios brasileiros e em 171 cidades no exterior. Em relação ao gênero do eleitorado brasileiro, 53% eram compostos por mulheres e 47%, do sexo masculino. A maioria desse eleitorado concentrava-se na faixa etária entre 35 a 39 anos, seguida dos que tinham entre 30 e 34 anos. A menor participação eleitoral era entre os jovens de 16 e 17 anos (voto não

4 Apenas o partido NOVO abriu mão dos R\$ 980.691,10 ao qual teria direito.

5 O perfil do eleitorado brasileiro pode ser consultado em: <https://sig.tse.jus.br/ords/dwapr/seai/r/sig-eleicao-eleitorado/painel-perfil-eleitorado?debug=LEVEL5&session=8034871025576>

obrigatório). Em relação ao grau de instrução dos eleitores aptos a participar das eleições 2018, a maioria (25,84%) possuía ensino fundamental incompleto, seguida de 22,86% com ensino médio completo e de 16,88% com ensino médio incompleto. Os que apenas leem e escrevem representavam 8,93%. Declararam ter nível superior incompleto e nível superior completo 4,97% e 9,22%, respectivamente.

No que diz respeito à distribuição do eleitorado brasileiro por estado, dados do eleitorado de 2018 revelavam uma maioria de eleitores concentrada em três estados, sendo eles: São Paulo, com 22,705%, o que corresponde a 33.293.158 eleitores; Minas Gerais, com 10,652%, o que representava 15.619.362; e Rio de Janeiro com 8,431%, o que correspondeu a um total de 12.362.316. Minas Gerais é o estado com o maior número de municípios do país (853), em segundo vem São Paulo (645), enquanto Rio de Janeiro ocupa a 18ª posição, com apenas 92 municípios. Juntos, esses três estados concentraram 40% de todo o eleitorado do país. Os estados com menor concentração de eleitores são Roraima (0.20%), Amapá (0.31%) e Acre (0.35 %). Em se tratando de número de municípios, os três estados somados possuem apenas 53.

No que diz respeito às regras que entraram em vigor nas eleições de 2018, pode-se destacar: 1- a introdução de um fundo especial de campanha específico para que partidos pudessem financiar suas candidaturas, objeto de pesquisa deste trabalho; 2- O teto de gastos nas campanhas estipulados para cada cargo em disputa⁶; 3- mudança no cálculo da sobra de vagas, onde todos os partidos podem disputar as vagas restantes desde que alcance o quociente partidário; 4- Introdução da cláusula de barreiras com exigência de no mínimo 1,5% do total de votos válidos em pelo menos 9 estados ou eleição de no mínimo 9 deputados federais para continuar tendo acesso aos recursos do fundo partidário e do tempo de TV. Essas mudanças foram fruto de uma reforma política aprovada pelo Congresso Nacional no ano de 2017, um ano antes do pleito de 2018.

No que diz respeito ao cenário político das eleições de 2018, entre os principais fatores políticos relevantes, destaca-se: 1- o desgaste político do PT⁷ pós impeachment da ex-presidenta Dilma Rousseff ocorrido em 2016; 2- a rejeição à política, fruto do desgaste sofrido pela classe política como um todo a partir da “Operação Lava-Jato”, de combate à corrupção; 3- o impedimento da candidatura do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva que liderava as pesquisas de intenção de votos; 4- o atentado sofrido pelo então candidato e hoje Presidente da República Jair Messias Bolsonaro. As eleições de 2018 foi a primeira desde o

6 O teto de gastos para a campanha de deputado federal, objeto dessa pesquisa, foi fixado em 2,5 milhões.

7 O Partido dos Trabalhadores (PT) governou o Brasil de 2003 a 2016.

advento da reeleição que um presidente no exercício do mandato, Michel Temer (MDB) não concorreu a reeleição. Foram 14 candidatos disputando a Presidência da República; 358 candidatos disputando o Senado Federal; 8.588 candidatos disputando a Câmara dos Deputados. Desses, foram a reeleição 34 para o cargo de Senador e 413 disputaram a reeleição para o cargo de Deputado Federal.

Avaliando o desempenho dos partidos nas eleições de 2018 é possível constatar que PT, PSL, e PP foram os partidos que elegeram as maiores bancadas com 54, 52 e 38 parlamentares, respectivamente. As menores bancadas foram da REDE, PPL e DC com 1 representante cada. Chama atenção a votação do deputado Eduardo Bolsonaro, filho do presidente eleito, reeleito com 1,8 milhão de votos, sendo eleito o deputado federal mais votado do Brasil. Eduardo Bolsonaro foi eleito em 2104 com 82. 224 votos, número bastante inferior quando comparado ao conquistado em sua reeleição.

3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

3.1 METODOLOGIA DA PESQUISA

Esta pesquisa teve como população-alvo todos os candidatos e candidatas eleitos e não eleitos ao cargo de Deputado Federal nas eleições de 2018 no Brasil. Foram agregados e processados os dados a partir dos seguintes marcadores: candidatos eleitos e não eleitos; origem do recurso; valor do recurso; partido do candidato e sexo do candidato. Os dados foram agrupados por: partido; resultado da eleição; gênero; raça; fonte de receita; faixa etária (calculada). O método utilizado para análise dos dados foi o da estatística descritiva.

3.2 DISTRIBUIÇÃO DOS RECURSOS DO FEFC POR PARTIDO

Partido	Montante (R\$)	FEFC	QUALQUE R FUNDO	Eleitos
MDB	104.391.767,9	269	324	34
PP	85.187.865,99	99	141	38
PT	84.784.585,12	363	390	56
PSDB	63060344,59	199	247	29
PR	60043385,74	100	158	33
PSB	52983780,25	123	229	32
PSD	50247621,36	135	190	35
PRB	43694649,56	97	251	29
DEM	39874117,00	93	156	29

PTB	35066625,94	104	129	10
SOLIDARIEDADE	22333778,79	116	145	13
PROS	20984173,89	78	198	8
PPS	19823622,98	99	130	8
PSC	19471093,38	68	177	7
PODE	18649478,5	94	201	11
PC do B	18019573,3	78	114	9
PDT	16078762,32	130	284	28
PV	14492676,62	222	264	4
AVANTE	9038207,13	209	308	7
PHS	7201932,14	244	300	6
PSOL	6441204,5	466	512	10
PATRIOTA	5460924,87	168	326	5
PSL	4657556,45	135	437	52
PMN	4153220,00	38	139	3
PTC	4095858,33	46	161	2
PRP	3467259,54	106	195	4
REDE	2929606,26	67	235	1
PRTB	1248678,03	165	291	
DC	1221445,37	140	219	1
PMB	776385,79	28	75	
PCB	428671,07	29	31	
PPL	383729,88	137	229	1
PCO	41900,00	29	30	
PSTU	28991,89	4	31	
NOVO			226	8
TOTAL	820763474,5	4478	7473	513

O PSOL foi o partido que mais distribuiu recursos do FEFC para os seus candidatos a deputados, somando 466; no entanto foi o 18º em montante de recursos recebidos. Já o MDB que se destacou em primeiro lugar no montante de recursos conseguiu eleger 34 deputados, tendo financiado 269 candidaturas com recursos do FEFC. O PP foi o quarto em recursos recebidos, fazendo 38 deputados e financiando 99 candidaturas. O que se observa na tabela que o PSL foi o 23º partido em investimento de verbas do Fundo em candidaturas ao cargo de deputado federal, no entanto foi o segundo partido que mais elegeu deputado, 52. Por outro lado, o partido Novo que abriu mão de receber qualquer recurso financeiro proveniente do fundo, elegeu oito (8) deputados federais. O estudo revela, também, que apenas 11 partidos (MDB, PP, PT, PSDB, PR, PSB, PSD, PRB, DEM, PTB, SOLIDARIEDADE) investiram 78,2% do total dos recursos do fundo destinados pelos partidos aos candidatos ao cargo de deputado federal. Elegeram, juntos, 338 deputados federais.

3.3 DISTRIBUIÇÃO DOS RECURSOS ENTRE ELEITOS E NÃO ELEITOS

Resultado Eleição	FEFC	Montante (R\$)	%
Eleitos	441	363359158,6	44,3
Não Eleitos	3958	454078689,7	55,3
Outros	79	3325626,24	0,4
TOTAL	4478	820763474,5	100,0

Observa-se na tabela de Distribuição dos recursos entre eleitos e não eleitos que o montante distribuído aos não eleitos é superior aos eleitos, correspondendo a 55,3%. A tabela revela que do total dos 4478 candidatos que receberam do FEFC, 441 se elegeram, o que equivale a 44,3% do total dos recursos recebidos.

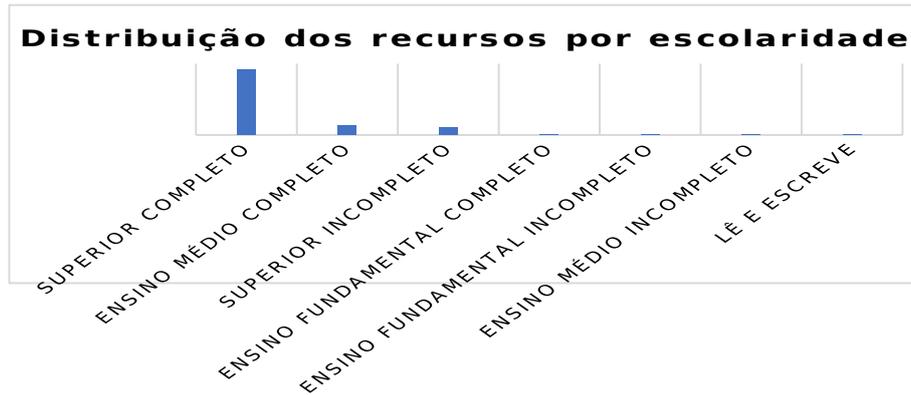
3.4 DISTRIBUIÇÃO DOS RECURSOS DO FEFC ENTRE HOMENS E MULHERES



Gênero	FEFC	%	Montante (R\$)	%
FEMININO	1699	37,94	204071722,8	24,9
MASCULINO	2779	62,06	616691751,7	75,1
TOTAL	4478	100,00	820763474,5	100,0

No que diz respeito ao gênero, as mulheres somam 37,9% do total dos candidatos que receberam recursos do FEFC. Agora, o montante distribuído para as mulheres foram apenas 24,9%. A grande maioria desses recursos foram os homens, somando 75,1%.

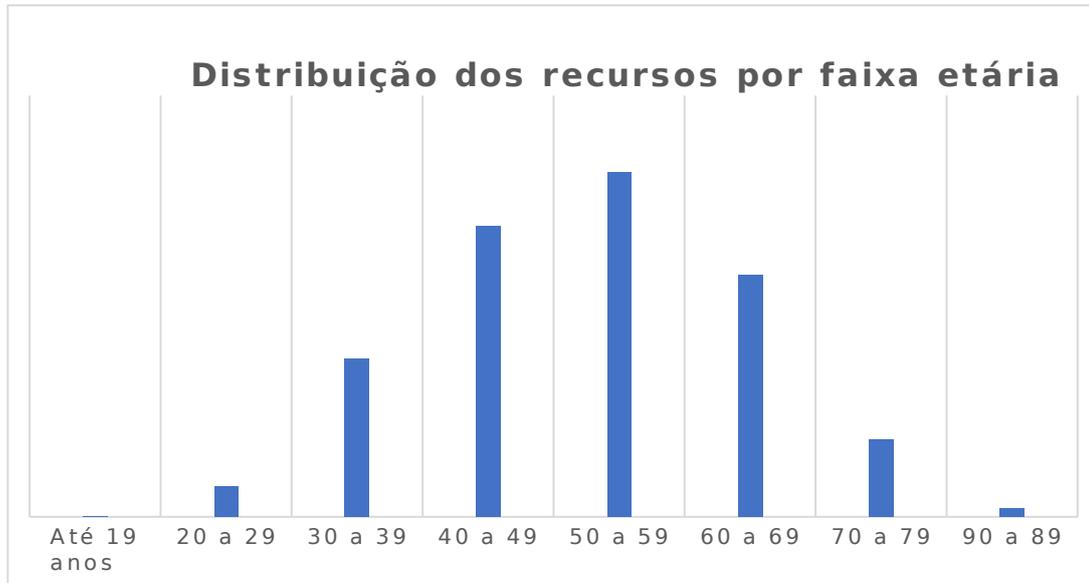
3.5 DISTRIBUIÇÃO DOS RECURSOS DO FEFC POR RAÇA



COR/RAÇA	FEFC	%	Montante (R\$)	%
BRANCA	2621	58,53	624721657,49	76,11
PARDA	1275	28,47	153561262,17	18,71
PRETA	528	11,79	38090860,66	4,64
AMARELA	28	0,63	3352913,31	0,41
INDÍGENA	26	0,58	1036780,85	0,13
TOTAL	4478	100	820763474,48	100,00

Quando se trata da distribuição por raça/cor, há uma discrepância fenomenal. A cor branca que representa 58,53% dos candidatos, 76,11% dos recursos foram destinados para eles. A cor denominada de Parda ficou em segundo lugar com 28,47% dos candidatos. O volume de recursos destinados para esses candidatos pardos foi de 18,71% do total. Já a cor preta que representa apenas 11,79% dos candidatos que receberam recursos, ficou com apenas 4,64% do montante. As cores/raça amarela e indígena com participação de 0,63% e 0,58%, respectivamente, receberam ínfimos 0,41% e 0,13% do total dos recursos destinados aos candidatos a deputados federais pelos partidos.

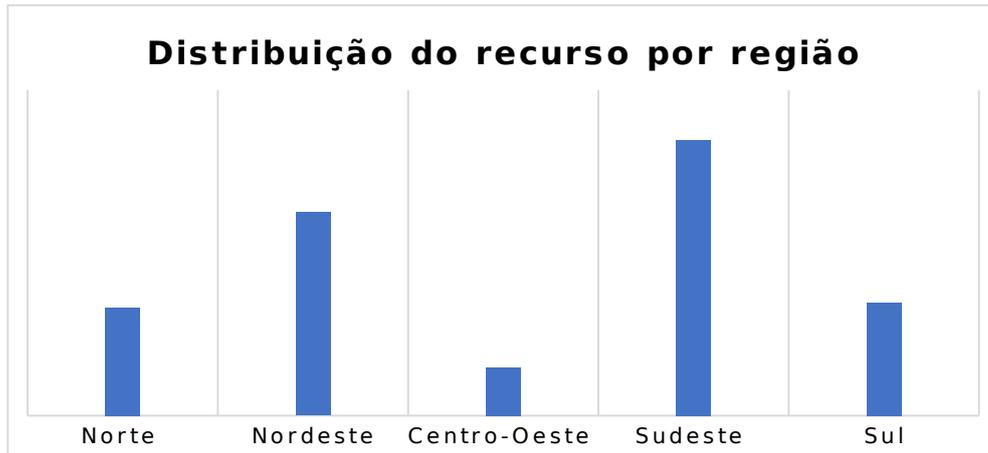
3.6 DISTRIBUIÇÃO DOS RECURSOS DO FEFC POR ESCOLARIDADE



Escolaridade	FEFC	%	Montante (R\$)	%
SUPERIOR COMPLETO	2588	57,79	637653579,9	77,7
ENSINO MÉDIO COMPLETO	1077	24,05	90296156,7	11,0
SUPERIOR INCOMPLETO	434	9,69	71763260,5	8,7
ENSINO FUNDAMENTAL COMPLETO	166	3,71	7701287,6	0,9
ENSINO FUNDAMENTAL INCOMPLETO	95	2,12	7717806,2	0,9
ENSINO MÉDIO INCOMPLETO	91	2,03	4413723,4	0,5
LÊ E ESCREVE	27	0,60	1217660,2	0,1
TOTAL	4478	100,00	820763474,5	100,0

Ao se fazer o cruzamento pelo nível de escolaridade, o estudo mostra que 91,53% dos candidatos que receberam recursos do FEFC para o cargo de deputado tem nível superior completo/incompleto ou ensino médio completo, o que vai representar 97,4% dos recursos destinados apenas a eles.

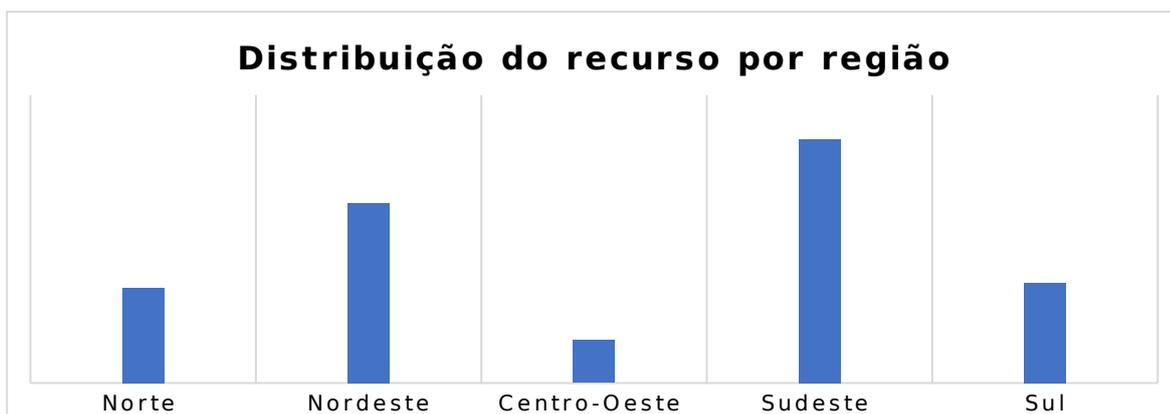
3.7 DISTRIBUIÇÃO DOS RECURSOS DO FEFC POR FAIXA ETÁRIA



Faixa de Idade	Montante (R\$)	%
Até 19 anos	600,00	0,00
20 a 29	21833850,82	2,66
30 a 39	112599872,73	13,72
40 a 49	207414429,99	25,27
50 a 59	245391811,66	29,90
60 a 69	172360905,96	21,00
70 a 79	54986972,04	6,70
80 a 89	6175031,28	0,75
TOTAL	820763474,48	100,00

A maior concentração entre as faixas de idade dos candidatos ao cargo de deputado federal que receberam recursos do FEFC está na faixa de 50 a 59 anos, representando 29,90% do total. A segunda maior faixa é de 40 a 49 anos, representando 25,27%. A terceira maior faixa é de 60 a 69 anos, tendo 21,00% de candidatos que receberam recursos. A menor faixa é de 80 a 89 anos. Receberam 0,75% do total das verbas.

3.8 DISTRIBUIÇÃO DO RECURSO DO FEFC POR REGIÃO



Região	Montante (R\$)	%
Norte	116220975,64	14,4
Nordeste	218637540,18	27,2
Centro-Oeste	51954072,70	6,5
Sudeste	296114260,24	36,8
Sul	121771462,53	15,1
TOTAL	804698311,29	100,0

Ao analisar do ponto de vista da distribuição dos recursos por regiões do país, o estudo mostra que a região Sudeste foi a que mais recebeu recursos para os deputados que utilizaram o fundo, representando 36,8%. A segunda região mais aquinhoadada foi o Nordeste que obteve 27,2% dos recursos para os deputados federais. A região Sul foi a terceira região com maiores recursos, 15,1%. A região Norte ficou na quarta posição em recebimento de recursos do fundo, obtendo 14,4% do total dos recursos distribuídos aos deputados. A região Centro-Oeste foi ficou na última colocação em recebimento de recursos, somando apenas 6,5%.

3.9 RANKING DOS 20 CANDIDATOS AO CARGO DE DEPUTADO FEDERAL QUE MAIS RECEBERAM RECURSOS DO FEFC

ESTADO	CANDIDATOS	PARTIDO
PARANÁ	CHRISTIANE DE SOUZA YARED	PR
RIO GRANDE DO NORTE	JOÃO DA SILVA MAIA	PR
PARÁ	ELCIONE THEREZINHA ZAHLUTH BARBALHO	MDB
RONDONIA	MARINHA CELIA ROCHA RAUPP DE MATOS	MDB
RIO DE JANEIRO	DANIELLE DUTZ DA CUNHA	MDB
PARANÁ	LUIZ HILOSHI NISHIMORI	PR
DISTRITO FEDERAL	LAERTE RODRIGUES DE BESSA	PR
GOIÁS	MAGDA MOFATTO HON	PR
BAHIA	JOAO CARLOS PAOLILO BACELAR FILHO	PR
PARÁ	SIMONE MARIA MORGADO FERREIRA	MDB
ACRE	JESSICA ROJAS SALES	MDB
PARANÁ	FERNANDO LUCIO GIACOBO	PR
RIO GRANDE DO SUL	LUIS ANTONIO FRANCISCATTO COVATTI	PP

RIO DE JANEIRO	SIMÃO SESSIM	PP
SÃO PAULO	RICARDO IZAR JUNIOR	PP
GOIÁS	JOÃO SANDES JUNIOR	PP
SÃO PAULO	FAUSTO RUY PINATO	PP
GOIÁS	ADRIANO ANTONIO AVELAR	PP
RIO DE JANEIRO	JULIO LUIZ BAPTISTA LOPES	PP
MATO GROSSO	EZEQUIEL ANGELO FONSECA	PP

O estudo mostra que apenas três partidos se destacam no ranking dos 20 deputados que mais receberam verbas do FEFC: PP contribuiu com 8 (oito) deputados, PR com 7 (sete) deputados e MDB com 5 (cinco). O PT, PSDB, PSB e PSD, apesar de serem partidos que mais receberam verbas do FEFC, não entraram no ranking dos 20 deputados, individualmente, que mais receberam recursos. Nesse ranking, em se tratando de estados, dois deputados são de São Paulo; três são do Rio de Janeiro; três de Goiás; dois do Paraná; dois do Pará. Rio Grande do Sul, Acre, Bahia, Distrito Federal, Rondônia, Rio Grande do Norte contribuíram com apenas um deputado.

3.10 RANKING DOS 20 CANDIDATOS QUE MENOS RECEBERAM RECURSOS DO FEFC

ESTADO	CANDIDATOS	PARTIDO
MINAS GERAIS	MARCELO GUILHERME DE ARO FERREIRA	PHS
MINAS GERAIS	HELESIR MARIA DE FATIMA	PHS
RIO GRANDE DO SUL	MARCELO MARQUES BORGES	PPL
AMAZONAS	ALZIRA ANTONIA DE SOUZA NOGUEIRA	PSOL
AMAZONAS	JOSÉ LUIZ DA SILVA VASQUES	PSOL
ACRE	MANOEL JOSE NOGUEIRA LIMA	PSL
RIO GRANDE DO NORTE	ROSA MARIA PEREIRA DE SOUSA	PRTB
MINAS GERAIS	ELMANO PIO DOS SANTOS	PHS
MINAS GERAIS	MARIA DAS GRAÇAS COSTA	PHS
MINAS GERAIS	ALEXANDRE DE MELO BAIA	PHS
MINAS GERAIS	SILVERIO JOSE DA SILVA	PRTB
MINAS GERAIS	MARILEI SANTOS PEREIRA	PRTB
MINAS GERAIS	LILIAN BERNARDINO DA SILVA	PRTB
MINAS GERAIS	DALVA PEREIRA DE OLIVEIRA	PRTB
MINAS GERAIS	CARLA CRISTIANE DE CASTRO	PRTB
MINAS GERAIS	ALESSANDRO OTAVIO DE SOUZA RIBEIRO NEVES	PRTB
MINAS GERAIS	MARIA DAS GRAÇAS OLIVEIRA	PRTB

MINAS GERAIS	NILSA ANTONIA DA SILVA	PRTB
MINAS GERAIS	MARIA DA CONCEIÇÃO SALES	PRTB
MINAS GERAIS	MARCOS ANTONIO DO NASCIMENTO	PRTB

Ao se analisar o ranking dos 20 candidatos que menos receberam recursos do FEFC, 11 são do PRTB; o PHS contribui com cinco; o PSOL com dois; o PSL e PPL, ambos apresentam um candidato nesse ranking. Em se tratando de estados, é de Minas Gerais que vem os que menos receberam dinheiro do Fundo, somando 15 candidatos do ranking. Depois vem Amazonas com dois; Rio Grande do Norte, Rio Grande do Sul e Acre com um candidato cada.

4 CONCLUSÕES

O presente trabalho analisa a distribuição de recursos públicos para as candidaturas ao cargo de deputado federal nas eleições de 2018 no Brasil, concluindo que as alterações no modelo de financiamento eleitoral no Brasil não possibilitaram maior equidade na distribuição de recursos entre partidos e candidatos. Ao contrário, os partidos concentraram os recursos partidários em poucos candidatos, o que veio a beneficiar mandatários e lideranças de partidos políticos.

Na revisão da literatura, mostramos que os estudos de financiamento eleitoral apontaram que, durante a vigência da regra antiga em que era possível receber doação empresarial, houve uma forte concentração de doações empresariais em um número reduzido de candidatos, o que evidenciou uma forte relação entre a capacidade de arrecadação e o desempenho eleitoral dos candidatos. Por outro lado, as empresas não realizavam doações aos pequenos partidos e para candidatos com pouco potencial eleitoral. Os estudos mostram, em termos gerais, uma associação positiva entre recursos financeiros e resultados nas urnas, ou seja, os candidatos que têm mais potencial de serem eleitos são os que têm mais dinheiro para investir na campanha.

Quanto à nova regra, agora de financiamento público, a revisão da literatura mostra que, quando o assunto é recursos públicos, os partidos tendem a não cumprir o que preconiza a legislação em relação aos repasses para as candidaturas femininas. O que se identificou é que os partidos recorrem a mecanismos de doações para candidaturas majoritárias femininas com menor expressão como de vices e suplentes para atingir o repasse de 30% do montante de recursos obrigatórios previstos em lei. Quando se analisa os repasses do FEFC, verificamos o poder de decisão dos dirigentes em relação à divisão do recurso que são feitas de acordo com suas estratégias políticas.

Ao se trabalhar os dados das eleições de 2018 à nível nacional, identificamos que o MDB foi o partido que mais recebeu recursos do fundo eleitoral para distribuir entre as candidaturas,

somando R\$ 230.974.290,08, seguido pelo PT com R\$ 212.244.045,51 e PSDB com R\$ 185.868.511,7. Já os partidos com menor volume de recursos foram o PCB, PCO, PMB, PSTU e PPL com R\$ 980.691,10 cada.

Quanto aos recursos investidos na disputa legislativa, somente para o cargo de deputado federal, o estudo mostra que o volume investido nesse pleito à câmara dos deputados no Brasil somou o montante de R\$ 820.763.474,5.

O resultado da eleição mostra que os partidos que mais investiram foram também os que mais obtiveram sucesso eleitoral no pleito. O MDB investiu R\$ 1.189.569,72, elegeu trinta e seis deputados; o PT investiu R\$ 84.784.585,12, elegeu cinquenta e seis e o PP investiu R\$ 85.187.865,99, elegeu trinta e oito. Por outro lado, os PSL que investiu apenas R\$ 4.657.556,45 em recursos elegeu cinquenta e dois deputados. É importante destacar que o PSL em 2018 era o partido do candidato vitorioso a presidência da república, Jair Bolsonaro e que seu filho Eduardo Bolsonaro, foi o deputado federal mais votado do Brasil.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARAÚJO, Caetano. **Financiamento de campanhas eleitorais**. Brasília a. 41, n. 161 jan./mar. 2004. Disponível em: <<http://egov.ufsc.br/portal/sites/default/files/anexos/27996-28006-1-PB.pdf>>. Acesso em: 12 de Junho de 2022.

ANGÉLICO, Fabiano; MICHENER, Gregory. Divergências nas estratégias de regulamentação do financiamento político: o caso da transparência pública. In: ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS, 36. GT13 - Financiamento político no Brasil: o impacto do dinheiro sobre partidos, eleições, candidatos e representantes. 2012.

BOURDOUKAN, A. **O bolso e a urna: financiamento político em perspectiva comparada**. 2009. Tese (Doutorado em Ciência Política) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009.

BRAGA, M.; BOURDOUKAN, A. **Partidos políticos no Brasil: organização partidária, competição eleitoral e financiamento público**. Perspectivas, v. 35, p. 117-148, 2009.

CAMPOS, Mauro Macedo. **Democracia, Partidos e Eleições: os Custos do Sistema Partidário-Eleitoral no Brasil**. Disponível em: <http://www.bibliotecadigital.ufmg.br/dspace/bitstream/handle/1843/BUBD-89HGUM/mauro_macedo_campos_tese_final___depositada_em_14.07.2009_.pdf?sequence=1>. Acesso em: 12 de Junho de 2022.

CERVI, Emerson Urizzi. **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, Brasília, n. 4, p. 135-167, jul./dez. 2010.

GUARNIERI, Fernando. **A força dos partidos “fracos”**. Dados, Rio de Janeiro, v. 54, n. 1 p. 235-238, 2011.

LEMOS, Leany Barreiro. **Porque dinheiro importa: a dinâmica das contribuições eleitorais para o Congresso Nacional em 2002 e 2006**. Opinião pública, Campinas, v. 16, n. 2, p. 366-393, nov. 2010.

MANCUSO, W. P.; FERRAZ, A. S. 2012. **As distorções do financiamento de campanhas**. Revista Fórum, n. 108, 2012. Disponível em: <<https://www.revistaforum.com.br/digital/108/as-distorcoes-do-financiamento-de-campanhas/>>. Acesso em: 15 de Junho de 2022.

NETTO, Gabriela Figueiredo; SPECK, Bruno Wilhelm. **O dinheiro importa menos para os evangélicos?** Opinião pública, Campinas, v. 23, n. 3, set.-dez. 2017.

PEIXOTO, V. M. **Financiamento de campanhas: o Brasil em perspectiva comparada**. Perspectivas: Revista de Ciências Sociais, v. 35, 2009.

ROCHA, Carolina Martinelli. **Gênero e distribuição de recursos partidários de campanha: uma análise da eleição para a câmara dos deputados (2018)** / Carolina Martinelli Rocha. – 2019

SANTOS, R. D. **Grandes empresários e sucesso eleitoral nas eleições de 2002, 2006 e 2010**. In: ENCONTRO DA ANPOCS, 35. Caxambu, 2011. Disponível em: <<https://anpocs.com/index.php/encontros/papers/35-encontro-anual-da-anpocs/gt-29/gt13-16/979-grandes-empresarios-e-sucesso-eleitoral-dos-candidatos-nas-eleicoes-de-2002-2006-e-2010/file>>. Acesso em: 08 de janeiro de 2020.

SPECK, Bruno Wilhelm. **O financiamento político e a corrupção no Brasil**. In: BIASON, Rita de Cássia (Org.). Temas de corrupção política no Brasil. São Paulo: Balão, 2012. p. 49-97.

SPECK, Bruno; MANCUSO, W. P. **Financiamento, capital político e gênero: um estudo de determinantes do desempenho eleitoral nas eleições legislativas brasileiras de 2010**.

NETTO, Gabriela Figueiredo; SPECK, Bruno Wilhelm. **O dinheiro importa menos para os evangélicos?** Opinião pública, Campinas, v. 23, n. 3, set.-dez. 2017.

LEMOS, Leany Barreiro. **Porque dinheiro importa: a dinâmica das contribuições eleitorais para o Congresso Nacional em 2002 e 2006**. Opinião pública, Campinas, v. 16, n. 2, p. 366-393, nov. 2010.

QUINTELA, Débora Françolin, DIAS, Joelson Costa. **Participação política das mulheres no Brasil: das cotas de candidatura à efetiva paridade na representação**. Revista de Teoria da Democracia e Direitos Políticos | Brasília | v.2 | n.1 | p.52-74 | jan/jun.2016.