



UNIFACS
LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES

MESTRADO EM ADMINISTRAÇÃO

FÁBIO MARCELUS SILVA DE ALMEIDA

**FINANCIAMENTO DE CAMPANHAS ELEITORAIS E O DESEMPENHO
ELEITORAL NAS ELEIÇÕES PARA PREFEITOS DO BRASIL NOS ANOS DE
2008 E 2012: UM ESTUDO À LUZ DA TEORIA DA ESCOLHA PÚBLICA**

Salvador
2018

FÁBIO MARCELUS SILVA DE ALMEIDA

**FINANCIAMENTO DE CAMPANHAS ELEITORAIS E O DESEMPENHO
ELEITORAL NAS ELEIÇÕES PARA PREFEITOS DO BRASIL NOS ANOS DE
2008 E 2012: UM ESTUDO À LUZ DA TEORIA DA ESCOLHA PÚBLICA**

Dissertação apresentada ao curso de Mestrado em Administração do Programa de Pós-Graduação em Administração da UNIFACS Universidade Salvador, Laureate International Universities, como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre.

Orientador: Prof. Dr. Lindomar Pinto da Silva.

Co-Orientador: Prof. Dr. Miguel Angel Rivera Castro.

Salvador
2018

Ficha Catalográfica elaborada pelo Sistema de Bibliotecas da UNIFACS Universidade
Salvador, Laureate International Universities

Almeida, Fábio Marcelus Silva de

Financiamento de campanhas eleitorais e o desempenho eleitoral nas eleições para prefeitos do Brasil nos anos de 2008 e 2012: um estudo à luz da teoria da escolha pública/ Fábio Marcelus Silva de Almeida – Salvador: UNIFACS, 2018.

84 f.: il.

Dissertação apresentada ao curso de Mestrado em Administração do Programa de Pós-graduação em Administração da UNIFACS Universidade Salvador, Laureate International Universities, como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre.

Orientador: Prof. Dr. Lindomar Pinto da Silva.

Co-Orientador: Prof. Dr. Miguel Rivera-Castro.

1. Processo eleitoral - Brasil. 2. Sistema eleitoral - Brasil. 3. Eleição - Brasil. I. Silva, Lindomar Pinto da, oriente.. II. Rivera-Castro, Miguel, co-orient. III. Título.

CDD:324.81

FÁBIO MARCELUS SILVA DE ALMEIDA

FINANCIAMENTO DE CAMPANHAS ELEITORAIS E O DESEMPENHO
ELEITORAL NAS ELEIÇÕES PARA PREFEITOS DO BRASIL NOS ANOS DE 2008
E 2012: UM ESTUDO À LUZ DA TEORIA DA ESCOLHA PÚBLICA

Dissertação aprovada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Administração da UNIFACS Universidade Salvador, Laureate International Universities, pela seguinte banca examinadora:

Lindomar Pinto da Silva - Orientador _____
Doutor em Administração pela Universidade Federal da Bahia (UFBA)
Universidade Federal da Bahia (UFBA)

Miguel Angel Rivera Castro – Co-Orientador _____
Doutor em Energia e Meio Ambiente pela Universidade Federal da Bahia
Doutor em Economia pela Universidade de Santiago de Compostela (USC –
Espanha)
UNIFACS Universidade Salvador, Laureate International Universities

Denise Ribeiro de Almeida _____
Doutora em Administração pela Universidade Federal da Bahia (UFBA)
Universidade Federal da Bahia

Salvador, de

de 2018.

AGRADECIMENTOS

Ao Grande Arquiteto do Universo que nos revela a cada dia as maravilhas que Ele nos agraciou.

Aos meus pais, em especial a minha mãe Nailde que sempre me apoiou e incentivou meu crescimento pessoal, intelectual e profissional.

A minha esposa Gisele, pelo apoio incondicional e principalmente pela paciência de ficar vários finais de semana de sol em casa, me fazendo companhia enquanto me dedicava intensamente a essa dissertação.

Ao meu filho Marcelo, pelo amor, companhia e paciência por ter que esperar o pai acabar de estudar para ir aos lugares.

Aos meus avós, Manoel e Dirce, pilares de minha família e fonte de inspiração de vida.

Ao meu tio Alex, pelos conselhos, orientações e pelo grande apoio ao estudo.

A minha tia Nazilde uma das maiores incentivadoras em minha vida.

A minha prima Dayana, pelo apoio inesquecível na graduação, pelo qual iniciei esse caminho até aqui.

Ao professor Doutor Lindomar Pinto da Silva, meu orientador, pelo incentivo, sugestões enriquecedoras, livros emprestados, materiais enviados e pela imensa disponibilidade, paciência e ética em me orientar.

Ao professor Doutor Miguel Angel Rivera Castro, meu co-orientador pelos ensinamentos, disponibilidade e sugestões.

À professora Doutora Denise Ribeiro de Almeida por sua participação na banca de defesa e suas valiosas contribuições

Enfim, a todos que direta ou indiretamente contribuíram para a realização deste trabalho.

RESUMO

O objetivo desse estudo foi verificar a influência do financiamento de campanha no desempenho eleitoral dos candidatos para as prefeituras brasileiras nas eleições de 2008 e 2012 à luz da Teoria da Escolha Pública, englobando o comportamento dos políticos e grupos de interesses durante a campanha eleitoral. Para alcançar os resultados, foi realizada uma pesquisa quantitativa, utilizando como modelo estatístico a regressão logística. Os resultados obtidos na regressão indicaram uma influência positiva e significativa do financiamento de campanha no desempenho eleitoral dos candidatos, em que grande parte dos prefeitos que foram eleitos, arrecadaram mais recursos para as suas campanhas do que os demais. Além disso, essas duas eleições também revelaram que os candidatos que já tinham sido eleitos em algum cargo público anteriormente, também levaram vantagem em relação aos candidatos que ainda não tinha sido eleitos. Outro aspecto observado é que as mulheres são a grande minoria dos candidatos e recebem menos recursos para as suas campanhas do que os homens, refletindo esse fato no desempenho eleitoral delas de forma negativa. A principal contribuição desse trabalho é o fato de que nos municípios com PIB per capita maior, bem como os municípios com a população mais escolarizada, os recursos de financiamento são menos relevantes para o desempenho eleitoral. O que sugere que os eleitores dos municípios mais ricos e mais escolarizados são menos suscetíveis às propostas mirabolantes ou pouco exequíveis divulgadas pelos candidatos com recursos de campanhas. Uma das limitações desse trabalho foi não obter os dados referentes aos recursos financeiros realizados em forma de doações ilegais, também popularmente conhecido de “caixa 2”. Essa informação seria importante, pois daria a real dimensão dos gastos com as campanhas realizadas no Brasil. Desta forma, como estudos futuros sugerem-se realizar pesquisas com as separações das fontes de recursos público e privado de financiamento em relação a essas eleições e assim obter informações mais detalhadas sobre a distribuição do financiamento eleitoral.

Palavras-Chave: Financiamento de campanha, desempenho eleitoral, Teoria da Escolha Pública, políticos, grupos de interesse.

ABSTRACT

The objective of this study was to verify the influence of campaign financing on the electoral performance of candidates for Brazilian municipalities in the 2008 and 2012 elections in light of the Public Choice Theory, encompassing the behavior of politicians and interest groups during the electoral campaign. To achieve the results, a quantitative research was carried out using logistic regression as the statistical model. The regression results indicated a positive and significant influence of campaign funding on candidates' electoral performance, in which a majority of mayors who were elected raised more resources for their campaigns than the others. In addition, these two elections also revealed that candidates who had already been elected to some public office previously also took advantage of candidates who had not yet been elected. Another aspect observed is that women are the great minority of the candidates and receive less resources for their campaigns than the men, reflecting this fact in the electoral performance of them in a negative way. The main contribution of this work is the fact that in municipalities with higher per capita GDP, as well as municipalities with the most educated population, funding resources are less relevant to electoral performance. This suggests that the voters of the richer, more schooled counties are less susceptible to the frivolous or impractical proposals made by the campaigning candidates. One of the limitations of this work was not obtaining data on financial resources made in the form of illegal donations, also popularly known as "box 2". This information would be important, since it would give the real dimension of the expenses with the campaigns carried out in Brazil. In this way, as future studies, it is suggested to conduct research with the separation of sources of public and private funding resources in relation to these elections and thus obtain more detailed information on the distribution of electoral financing.

Keywords: Campaign funding, electoral performance, Public Choice Theory, politicians, interest groups.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Fontes de financiamento vetadas pela legislação brasileira (1946-2010)	24
Quadro 2 - Desenvolvimento brasileiro desde 1964.....	37
Quadro 3 - Resumo das variáveis	40

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Evolução dos eleitores que realmente votaram nas eleições	21
Figura 2 - <i>Tradeoff</i> entre o tamanho do grupo e a probabilidade de promover ação coletiva	32
Figura 3 - Despesas Governamentais.....	36
Figura 4 - Modelo de Análise.....	46
Figura 5 - Gênero dos candidatos (as).....	50
Figura 6 - Gênero dos eleitos (as).....	50
Figura 7 - Candidatos do partido do governador x Candidatos de partidos diferentes	51
Figura 8 - Eleitos do partido do governador x Eleitos do partido diferente do governador	52
Figura 9 - Candidatos do partido do presidente x Candidatos de partido diferente...	53
Figura 10 - Eleitos do partido do presidente x Eleitos de partidos diferentes	53

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Número de municípios, candidatos e valores do financiamento das eleições para as prefeituras brasileiras de 2008 e 2012	39
Tabela 2 - Código do Estado civil do candidato (a)	43
Tabela 3 - Código da escolaridade dos candidatos (as)	43
Tabela 4 - Código das profissões.....	44
Tabela 5 - Estado civil dos candidatos	49
Tabela 6 - Grau de escolaridade dos candidatos	54
Tabela 7 - Candidatos eleitos anteriormente.....	54
Tabela 8 - Candidatos que não ocuparam cargos eleitorais antes da eleição	55
Tabela 9 - Desempenho eleitoral e financiamento de campanha.....	55
Tabela 10 - Financiamento dos candidatos(as).....	56
Tabela 11 - Financiamento dos eleitos (as)	56
Tabela 12 - Mediana do Financiamento Homens x Mulheres	56
Tabela 13 - Regressão para eleição municipal (modelo 1)	57
Tabela 14 - Regressão para eleição municipal homem x mulher.....	59
Tabela 15 - Regressão para eleição: Tamanho dos municípios.....	61
Tabela 16 - Regressão para eleição: Interação Receita / Enem	64
Tabela 17- Regressão para eleição: Interação Receita Per capita / Pib Per capita	65

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IFDM_E	Índice Firjan de Desenvolvimento Municipal Educação
IFDM_ER	Índice Firjan de Desenvolvimento Municipal Emprego & Renda
IFDM_S	Índice Firjan de Desenvolvimento Municipal Saúde
IDEA	Institute for Democracy and Electoral Assistance
ONU	Organização das Nações Unidas
OR	Odd ratio
SPCE	Sistema de Prestação de Contas Eleitorais
TEP	Teoria da Escolha Pública
TSE	Tribunal Superior Eleitoral

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
1 CONTEXTUALIZAÇÃO	19
1.1 A LEGISLAÇÃO SOBRE FINANCIAMENTO DE CAMPANHA ELEITORAL NO BRASIL ANTES DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL DE 1988	20
1.2 A LEGISLAÇÃO SOBRE FINANCIAMENTO DE CAMPANHA ELEITORAL NO BRASIL PÓS CONSTITUIÇÃO FEDERAL DE 1988.....	21
1.3 DINHEIRO E DESEMPENHO ELEITORAL NO BRASIL NAS ELEIÇÕES DE MUNICIPAIS PARA PREFEITURAS EM 2008 E 2012	25
2 TEORIA DA ESCOLHA PÚBLICA E ELEIÇÕES	28
2.1 GRUPOS DE INTERESSE E ESCOLHA PÚBLICA.....	30
2.2 POLÍTICOS E ESCOLHA PÚBLICA	33
3 METODOLOGIA	39
3.1 MODELO ESTATÍSTICO	45
4 RESULTADOS	49
4.1 APRESENTAÇÃO DOS DADOS	49
4.2 RESULTADOS DA REGRESSÃO	57
4.3 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	66
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	74
REFERÊNCIAS	78

INTRODUÇÃO

Este trabalho realizou uma análise sobre o financiamento de campanha e o desempenho eleitoral municipal para as prefeituras brasileiras nos anos 2008 e 2012. Avaliou-se se os gastos cada vez maiores realizados pelos candidatos a prefeitos, durante as suas campanhas eleitorais, têm sido determinantes nos resultados das campanhas, determinando quais candidatos são ou não eleitos.

Este assunto tem se tornado frequente na sociedade brasileira, bem como na comunidade acadêmica, principalmente devido a inúmeros escândalos políticos divulgados pela grande mídia. Para a sociedade, é importante entender o funcionamento do financiamento de campanhas dos candidatos, pois estes, se eleitos, serão seus representantes na política. Para a comunidade acadêmica, por sua natural busca pelo conhecimento científico, o interesse em compreender e tentar explicar essa dinâmica entre financiamento de campanhas e desempenho eleitoral, pode indicar tendências e projeções sobre esse tema. Além disso, existe a escassez de análises dos sistemas políticos locais (PEIXOTO, 2010).

Entre as manchetes envolvendo a relação entre dinheiro e políticos estão, por exemplo, o “mensalão”, que era um esquema de corrupção em troca de apoio legislativo, “anões do orçamento” em que empreiteiros doaram dinheiro para parlamentares, o “petrolão” em que contratos superfaturados eram uma forma de obter recursos para financiar campanhas e propinas a políticos, e mais recentemente a “lava jato”, que envolvia propinas e financiamento irregular nas campanhas eleitorais do país por grandes corporações de origem nacional, como Odebrecht, Camargo Correia, entre outras (ARAÚJO *et. al*, 2015; CAETANO, 2012; CAVALCANTE, 2011; FIGUEREDO FILHO *et al*, 2014; FISCH, 2016; MANCUSO; SPECK, 2013; OLIVEIRA, 2015; SILVA E XAVIER, 2014).

O financiamento de campanhas eleitorais já foi alterado algumas vezes na Lei brasileira. A Lei n. 4.740, de 15.7.1965 tratou inicialmente sobre financiamento de campanha eleitoral, mas que em 1971, passou a ser disciplinado pela Lei n. 5.682, que tinha como alteração a expressa proibição de entidade de classe ou sindicatos de contribuir para partido político (TRINDADE, 2004), ambas no período militar. Em 1993, a Lei n. 8.713 incorporou regras estabelecendo maior responsabilidade aos

candidatos e partidos, estipulando formas de movimentação de recursos financeiros. Já em 2009, foi aprovada a Lei n 12.034 que trata sobre doação a candidato pela internet, prestação de contas de campanhas, inclusive devendo ser emitido recibo deste tipo de doação eletronicamente (REIS, 2010).

Em 2013 foi aprovada a Lei n 12.891, conhecida como minirreforma eleitoral, e que teve o texto aprovado sob a justificativa de diminuir os custos das campanhas e garantir mais condições de igualdade na disputa eleitoral entre os candidatos. Por último, teve a Lei nº 13.165, de 29 de setembro de 2015 que instituiu um novo modelo de financiamento eleitoral em que diz que as campanhas serão financiadas por doações de pessoas físicas e pelos recursos do Fundo Partidário, sendo vedado o financiamento eleitoral por pessoas jurídicas, além de criar tetos de gastos para as campanhas eleitorais.

O financiamento de campanhas eleitorais e sua influência no desempenho eleitoral dos candidatos é um tema bastante discutido e controverso. Com relação ao modelo de financiamento de campanha, alguns estudos apontam para a adoção de um sistema privado de financiamento (CAVALCANTE, 2011), outros autores enfatizam no financiamento público (CAETANO, 2012), e há aqueles que discorrem sobre o modelo atual misto adotado pelo Brasil, mas sugerem mudanças para a sua melhoria afim de tornar a disputa eleitoral mais equilibrada (BULGARIN; PORTUGAL, 2010).

Em se tratando de conceitos sobre financiamento de campanhas, Silva e Xavier (2014) definem como recursos arrecadados pelos candidatos ou partidos, objetivando atos durante a campanha eleitoral, com o intuito de alcançar cargos públicos. Na mesma linha, Speck (2003) define como recursos materiais empregados pelos candidatos ou partidos para utilizar em eleições e conseguir angariar votos. De acordo com Mohallem (2015, p. 103), campanhas eleitorais necessitam de grandes investimentos para alcançar um maior número de eleitores, ainda mais levando em consideração as dimensões do Brasil. Dentre os custos estão: comícios, contratação de pessoal de campanha, cartazes, carros de som, deslocamento entre outros (MANCUSO, 2015).

Estudos recentes sobre a dinâmica do processo de financiamento de campanhas e o desempenho eleitoral no Brasil foram realizados por alguns autores como, por exemplo, Silva e Xavier (2014). Neste trabalho, os autores abordam que o dinheiro influencia o processo eleitoral e atinge aspectos da democracia representativa nos pontos referentes à desigualdade política e a influência nas decisões políticas. Para Silva e Xavier (2014), o financiamento de campanhas realizado pelas empresas através de altos vultos de recursos financeiros, não representam a vontade do povo e influenciam fortemente o resultado eleitoral.

Já Figueiredo Filho et al (2014) concluíram que o efeito dos gastos sobre os votos depende de variáveis contextuais, em particular o tamanho do eleitorado e o Índice de desenvolvimento municipal humano (IDMH). Para alcançar esse resultado, os autores utilizaram como desenho de pesquisa os candidatos ao cargo de prefeito dos municípios brasileiros em 2012 e como hipótese que o maior investimento nas campanhas eleitorais se traduziria em maior quantidade de votos.

Mancuso (2015) afirma que os resultados mais sólidos na literatura sobre recursos e resultados eleitorais é a relação positiva e significativa entre financiamento e gasto eleitoral e quantidade de votos recebida pelos concorrentes à disputa. Oliveira e Apolinário (2015) reforçam a ideia de que quanto maior o recurso financeiro disponível que o candidato tiver para a sua campanha, maiores serão suas chances de ser eleito.

Mais recentemente, Fisch (2016) encontrou relação significativa e positiva entre gastos de campanha para a votação agregada de deputados federais por partido e por estado nas eleições brasileiras de 2010. Como sugestão, o autor recomenda analisar os dados no nível dos candidatos e com dados desagregados por município.

Com referência a financiamento, Manhanelli (1998, p.47) afirma que o que está em jogo é o poder político, e para alcançá-lo, é necessário todo o esforço para divulgar ao público eleitor as propostas do candidato. Com se pode observar, a principal questão analisada nestes estudos gira em torno do impacto do financiamento de campanhas sobre a competição política (MANCUSO, 2015). Além disso, partindo do pressuposto que as alterações na forma de financiamento de campanhas no Brasil,

citadas anteriormente, tendem a controlar e minimizar a influência do poder econômico no resultado das eleições, era de se esperar a diminuição nos valores de financiamento de campanhas ao longo dos anos, mas não é o que acontece. Nos últimos anos ocorreu um encarecimento das campanhas do Brasil que podem ter muitas interpretações a respeito.

Uma possível hipótese para o aumento dos valores das campanhas é o crescente número de candidatos, o que provoca uma ampliação dos gastos com o objetivo de se diferenciar de seu concorrente (MOHALLEM, 2015). Outra explicação para a verificação do aumento dos valores gastos em campanhas eleitorais foi a institucionalização do Sistema de Prestação de Contas Eleitorais (SPCE) do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), gerando mais fiscalização e conseqüentemente contabilizando mais dinheiro (HEILER et al, 2016, p. 58).

Para Samuels (2007) altos valores de campanhas significam que a competição política está intensa. "A pobreza de um candidato significa a riqueza de outros" (SAMUELS, 2007, p. 23). Ainda segundo o autor, a elite econômica brasileira, politizada e concentrada, tenta moldar os rumos do governo através do financiamento de campanhas.

Samuels (2007) também afirma através de bases empíricas que as elites empresariais influenciavam as eleições através de financiamento de campanha. Mesmo entendimento de Mancuso e Speck (2014) quando concluíram que o financiamento de campanha tem como grandes fontes de recursos as empresas privadas, conforme análise das prestações de contas informadas na Justiça Eleitoral.

A dinâmica entre financiamento de empresas a políticos foi abordada no trabalho de Dias (2009, p. 205), em que, segundo ele, "políticos atuam como empresários, intermediando a negociação em que se trocam votos por políticas, revelando que o que está em jogo no mercado político e econômico, são interesses privados". Esse comportamento de auto-interesse é verificado na teoria da escolha pública, em que alguns grupos sociais, como empresas e organizações empresarias, têm como objetivo influenciar o governo devido as altas cifras que circulam nessa esfera (DIAS, 2009).

Para Buchanan e Tullock (1965), a influência de grupos de interesses no processo político democrático passou a ser aceito como crescente. Os autores ainda alegam que esses grupos surgem porque há vantagens a serem adquiridas através do processo político. Quanto mais o governo privilegia alguns grupos, maior a probabilidade de formação de novos grupos de interesses

Ainda referente à teoria da escolha pública, Pereira (1997) alega que o processo político se assemelha a um mercado competitivo e que os políticos também têm motivações de auto interesse, cujos objetivos são de maximizar votos e serem eleitos. Na mesma linha de pensamento, Cruz (2011) afirma que as pessoas buscam seus próprios interesses, citando o caso dos políticos que almejam ser eleitos, e que agirão de forma a maximizar seus interesses, buscando políticas que os recompensem com seus votos.

Apreciando a contextualização do tema abordado nesta introdução, somado aos estudos já realizados sobre financiamento de campanhas e desempenho eleitoral no Brasil, este trabalho se justifica pelos argumentos a seguir:

- a) Não haver estudos considerando mais de uma eleição consecutiva com a perspectiva de investimento eleitoral como variável explicativa e resultado eleitoral como variável dependente considerando todos os municípios brasileiros;
- b) A escolha do cargo de prefeito como objeto de estudo é devido à quantidade de mais de 5.500 municípios, o que possibilita uma análise estatística ampla, além de que a maioria dos estudos ainda visa às eleições nacionais ou estaduais (MANCUSO; SPECK, 2013, PEIXOTO, 2010);
- c) Alto valor e crescente investimento em financiamento de campanhas eleitorais (MANCUSO, 2015).
- d) Necessidade de colocar novas reflexões sobre o real efeito do financiamento sobre a democracia brasileira, uma vez que os valores arrecadados e gastos pelos candidatos podem afetar o processo eleitoral e com isso reduzir o sentido da democracia.

- e) Além das justificativas citadas e com a obtenção dos resultados desta pesquisa, espera-se complementar e atualizar estudos anteriores que trataram do tema.

Enfim, considerando o que foi exposto, propõe-se o seguinte problema de pesquisa:

Qual a relação entre o financiamento de campanha e o desempenho eleitoral nas eleições municipais brasileiras para prefeito nas eleições de 2008 e 2012?

Partindo deste problema de pesquisa, juntamente com as justificativas e contextualização do tema, constituiu-se como objetivo geral analisar a relação entre financiamento das campanhas dos candidatos a prefeito e o desempenho eleitoral nas eleições de 2008 e 2012.

Para alcançar os objetivos propostos, foi realizada uma abordagem quantitativa, utilizando o modelo de regressão logística envolvendo os resultados das eleições municipais brasileiras para prefeito nos anos de 2008 e 2012. Este período é devido ao TSE disponibilizar os dados digitalizados de eleições a partir do ano de 2002, tendo a primeira eleição municipal após essa disponibilização a de 2004.

No entanto, devido a utilização de variáveis que só estão disponíveis eletronicamente a partir de 2005, a eleição mais antiga utilizada neste trabalho foi a do ano de 2008. A eleição municipal executiva de 2016 não foi incluída neste estudo por ainda não estar disponibilizada em sua totalidade pelo TSE.

Como variável dependente foi abordado o desempenho eleitoral municipal executivo, que indica o resultado do pleito, se o candidato foi eleito ou não. Esses dados foram obtidos no sítio do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), tendo em vista que é a Justiça Eleitoral que organiza, fiscaliza e realiza as eleições regulamentando o processo eleitoral no Brasil. Apesar de o Brasil ter 5.570 municípios em 2012, não constam no banco de dados os municípios de Brasília e Fernando de Noronha, já que essas cidades não elegem prefeitos.

Os valores arrecadados pelos candidatos às prefeituras foram utilizados como variável explicativa e envolve os recursos públicos e privados obtidos pelos candidatos e declarados no TSE.

Com relação aos dados dos eleitores, foram utilizados como variáveis de controle a nota do Enem, verificando se a qualidade da educação do município interfere na relação entre financiamento de campanha e desempenho eleitoral.

Outra variável de controle foi o gênero do candidato, buscando identificar os valores financiados a candidatas mulheres. Com isso analisou-se se a forma do financiamento de campanha a candidatos em geral, se aplica ao financiamento de campanha de mulheres.

Outro aspecto analisado foi o efeito dos candidatos que já foram eleitos anteriormente em algum cargo público, analisando se ser candidato já experimentado reduz a necessidade de financiamento de campanhas. As características em relação aos candidatos também serão apresentadas como variáveis de controle. São elas: escolaridade; bens e ocupação anterior ao cargo.

Sendo assim, a dissertação objeto deste projeto terá a seguinte estrutura:

Inicialmente na introdução, são apresentados brevemente o contexto de financiamento de campanhas e desempenho eleitoral no Brasil, as alterações na legislação brasileira referentes a financiamento de campanhas desde a Lei n. 4.740, de 15.7.1965 que tratou inicialmente sobre financiamento de campanha até o modelo utilizado atualmente, bem como apresenta o problema de pesquisa. Além disso, apresenta o objetivo geral e os objetivos específicos deste trabalho e a relevância e contribuições desta dissertação,

A seção 1 apresenta a legislação do financiamento de campanhas, sua evolução histórica e as mudanças da legislação referentes a financiamento eleitoral no Brasil, bem como sobre financiamento de campanha e desempenho eleitoral no Brasil nas eleições municipais para as prefeituras brasileiras em 2008 e 2012. A seção 2 irá abordar a teoria da escolha pública e sua relação com captação de votos. A seção 3 apresenta a metodologia utilizada para essa dissertação retratando o modelo quantitativo e a utilização da regressão, assim como os procedimentos e técnicas elaboradas para a execução da mesma. Já na seção 4 considerações finais são apresentadas, incluindo as contribuições e limitações deste trabalho.

1 CONTEXTUALIZAÇÃO

Com o objetivo de contextualizar o tema, serão abordados neste tópico a legislação do financiamento de campanha no Brasil, desde suas primeiras menções na legislação, até o modelo adotado na última eleição estudada nesta dissertação.

Também serão apresentados estudos que trataram sobre as eleições municipais para as prefeituras nas eleições de 2008 e 2012, bem com os resultados obtidos nesses trabalhos.

Inicialmente, de forma a esclarecer a definição de financiamento de campanha, Speck (2006) define financiamento de campanha como recursos utilizados pelos candidatos para organizar a campanha e conseguir obter votos. Para Reis (2010), regras referentes ao financiamento de campanhas eleitorais têm o escopo de garantir a legitimidade das eleições, evitando possíveis desvios e abusos do poder econômico na disputa eleitoral e possível influência na decisão do voto do eleitor. Partindo desse pressuposto, será apresentada a legislação brasileira que trata sobre financiamento de campanha.

Atualmente, o financiamento de campanha brasileiro se constitui com receitas vindas do Fundo Especial de Assistência Financeira aos Partidos Políticos, o fundo partidário e contribuições de pessoas físicas. Somando-se a isso, existe o horário político gratuito, instituído pela Lei 9.096/95, e que tem como finalidade difundir assuntos de interesses dos partidos políticos através do rádio e da televisão. Entretanto, essa gratuidade de horário eleitoral se aplica apenas aos partidos, já que por essa Lei, as emissoras de rádio e televisão recebem compensação fiscal pela cessão desse horário. Conforme, Birnfeld (2017), em relação ao ano de 2010, devido a essa compensação fiscal, o governo deixou de arrecadar R\$ 850 milhões.

A seguir serão apresentados a legislação antes sobre de financiamento de campanha antes da constituição e 1988 e pós constituição, assim como estudos sobre as eleições de 2008 e 2012.

1.1 A LEGISLAÇÃO SOBRE FINANCIAMENTO DE CAMPANHA ELEITORAL NO BRASIL ANTES DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL DE 1988

Para situar a evolução na forma de financiamento eleitoral no Brasil, se faz necessário discorrer brevemente sobre as mudanças ocorridas nas regulações de financiamento no país desde o decreto de Lei 9.258 de 14 de maio de 1946. Isso deve ao fato de o financiamento de campanha eleitoral não ter sido tratado especificamente pela legislação eleitoral durante o Império, República Velha e Estado Novo (FIGUEIREDO FILHO, 2012, p. 88).

Ainda segundo Figueiredo Filho (2012) o financiamento de campanhas eleitorais ganhou relevância a partir do primeiro período democrático (1946-1964). O decreto de Lei 9.258 de 14 de maio de 1946 determinava o cancelamento do registro do partido político que fosse denunciado e comprovado o recebimento de dinheiro ou qualquer outro auxílio de procedência estrangeira (FIGUEIREDO FILHO, 2012).

Em 1950, através do Código Eleitoral, a Lei nº 1.164 estabeleceu a fiscalização das contas dos partidos, além da obrigatoriedade do registro das receitas e despesas partidárias, bem como a proibição do recebimento de contribuições de entidades estrangeiras, autoridades públicas, sociedades de economia mista ou concessionárias de serviços públicos (OLIVEIRA; APOLINÁRIO, 2015)

Em 1965, através da lei dos partidos políticos, Lei nº 4.740, foram proibidas as doações de empresas privadas de finalidade lucrativa, além de criar o Fundo Especial de Assistência Financeira aos Partidos Políticos, com o objetivo de possibilitar auxílio do Estado direto aos partidos e campanhas, e também como forma de atenuar as consequências da vedação de doações de empresas (TOFFOLI, 2015). Também, em 1965, com a Lei 4.737, foi determinado, através do art. 237, que abusos de poder econômico e de autoridade seriam proibidos e punidos. Contudo não foram instituídas as penalidades (BACKES, 2001).

A Lei nº 5.682/71 que vedava além das contribuições de empresas privadas, doações de classe ou entidade sindical, começou a vigorar em um período de crescimento do partido de oposição, o Movimento Democrático Brasileiro, o MDB. O MDB foi criado em 1966 e fazia oposição à Aliança Renovadora Nacional (ARENA), partido de apoio militar, tendo em vista que desde 1965, o Brasil adotava o modelo

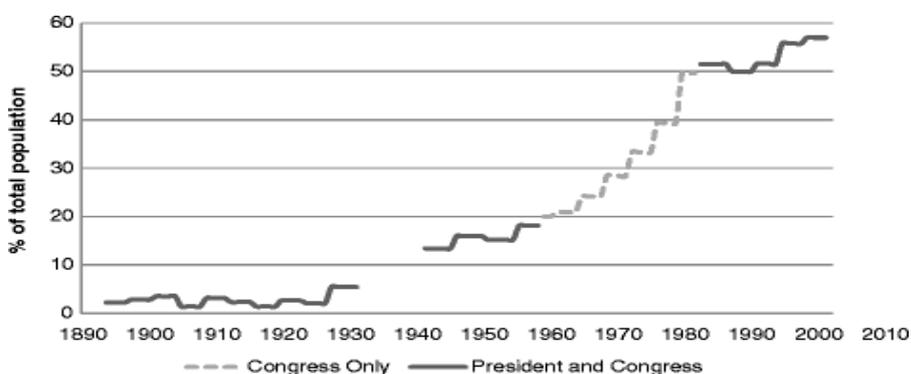
bipartidário. Com doações limitadas praticamente a pessoas físicas, recursos dos próprios candidatos e dos partidos políticos, reduziu-se o poder financeiro do partido que se opunha a ditadura militar (TOFFOLI, 2015).

1.2 A LEGISLAÇÃO SOBRE FINANCIAMENTO DE CAMPANHA ELEITORAL NO BRASIL PÓS CONSTITUIÇÃO FEDERAL DE 1988

Com a volta do pluripartidarismo ocorrida em 1979, eleições diretas para os governos estaduais em 1982, às prefeituras das maiores cidades em 1985 e da democracia e a Constituição Federal de 1988, a eleição ficou mais disputada e conseqüentemente mais cara (SPECK, 2012). Nesse período, também foram adotadas outras medidas para solidificar o regime democrático com o então presidente José Sarney, primeiro presidente civil após 21 anos de ditadura militar. Dentre essas medidas estão a concessão de votos aos eleitores analfabetos e a liberalização das regras para a criação de novos partidos (NICOLAU, 2012)

Com isso, conseqüentemente, houve também o grande crescimento dos eleitores no Brasil. Desse modo, a primeira vez que a maioria da população brasileira votou em presidente foi nas eleições de 1989. As eleições presidenciais anteriores foram quase 30 anos antes, e menos de 20% da população votou nessa eleição (ALSTON et al, 2016; BACKES, 2014; NICOLAU, 2012). Dessa forma, na medida em que amplia o número de eleitores, os candidatos devem precisar de mais recursos para alcançar uma maior quantidade destes eleitores. Na figura 1 é apresentada a evolução dos eleitores que realmente votaram nas eleições.

Figura 1 - Evolução dos eleitores que realmente votaram nas eleições



Fonte: Alston et al (2016).

Somando-se a isso, em 1992 ocorreu o Impeachment do Presidente eleito Fernando Collor, após descobertas de doações ilegais em sua campanha através de empresas, já que nesse período a lei que estava em vigor era a Lei 5.682/71, que ainda proibia a doação de empresas (BACKES, 2014).

O relatório da CPI desse impeachment também influenciou mudanças na lei eleitoral, já que continha discussões sobre o funcionamento do financiamento de campanhas eleitorais, sendo criada, em 1993, a Lei nº 8.713, que implantou mecanismos com o intuito de obter maior fiscalização dos gastos e definir melhor as penalidades (SANTOS, 2016; SPECK, 2003).

Com a nova lei dos partidos políticos, Lei 9.096/95, foi permitido o recebimento de doações de pessoas jurídicas, e as doações ou gastos acima do permitido em lei deixaram de ser crimes e foram transformadas em multas ou proibições de contrato com o poder público (BACKES, 2001). Ou seja, conforme Backes (2014), as novas regras apenas legalizaram parte do financiamento que havia sido utilizado. Essa lei também reforçou o Fundo Partidário que passou a receber doações da União de forma permanente (BACKES, 2001).

Em 1997, a Lei 9.504 entrou em vigor com o objetivo de regular definitivamente as eleições brasileiras, já que até então, eram reguladas por legislações temporárias e específicas para cada pleito (NICOLAU, 2012). Essa lei também estabeleceu limites de financiamento sendo que pessoas "físicas e jurídicas poderiam doar no máximo até determinado percentual de seus ganhos no ano anterior às eleições, enquanto os candidatos poderiam utilizar recursos próprios até o limite máximo de gastos definido pelo seu partido." (SANTOS, 2016, p. 34).

Em 1999, através de um projeto de lei de iniciativa popular iniciada pela Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB), deu origem a Lei 9.840 que proibiu o oferecimento de emprego público para obtenção de votos, aumentou a multa e implantou a pena da perda do registro de candidatura para os candidatos que infringissem as proibições (BACKES, 2001; SPECK, 2003; TOFOLLI, 2015).

Já em 2006, com a Lei 11.300 foi estabelecido que caberia à lei fixar o limite de gastos até o dia 10 do mês de junho em ano eleitoral. Contudo, como essa lei nunca

foi editada, coube a cada partido fixar o limite de gastos nas campanhas. Além disso, essa lei também proibiu uso de outdoors e distribuição de brindes (REIS, 2010; BACKES, 2014). A Lei 11.300 também incluiu que campanhas que utilizaram recursos que não sejam movimentados pela conta bancária da campanha deveriam sofrer punições como: "(i) desaprovação da prestação de contas do candidato ou do partido; e havendo abuso do poder econômico, cancelamento do registro de candidatura ou cassação do diploma, se este já tiver sido expedido." (REIS, 2010, p. 130)

Já em 2010, através do artigo 14 da Resolução 23.217 do TSE, a identificação da origem e do destino dos recursos arrecadados pelos candidatos e comitês tornaram-se obrigatórios (FIGUEIREDO, 2012). Já em 2013, a Lei 12.891 manteve a proibição das doações de empresas concessionárias de serviços públicos, mas liberou doações de empresas acionistas de concessionárias. Ou seja, empresas privadas que integrassem consórcios detentoras de concessão ou permissão pública poderiam realizar doação individualmente. Esta lei também permite que partidos que estivessem com as contas do Fundo Partidário atrasadas continuariam a ter acesso aos recursos do fundo, o que segundo Aragão (2014), era uma premiação ao calote.

Em 2015, foi sancionada a Lei 13.165 que trouxe algumas novidades, como determinar através do TSE, os limites de gastos de campanhas baseado nos parâmetros definidos em lei e pagamento de multa de valor equivalente a 100% da quantia excedente. Além de impor à Justiça Eleitoral a obrigação de divulgar os limites de gastos até 20 de julho do ano da eleição. Contudo, apesar de essas mudanças na legislação indicarem uma tendência de limitação das despesas com as campanhas eleitorais, não detém a influência do poder econômico sobre o processo de escolha dos candidatos (SANTOS, 2016).

Ainda segundo Santos (2016), conforme o *Institute for Democracy and Electoral Assistance* (IDEA) em 2016, com a adoção da proibição de doações de pessoas jurídicas, o Brasil passa a pertencer a um grupo de 30 países que atualmente vedam esse tipo de contribuição eleitoral no mundo.

Para sintetizar a evolução das proibições de fontes de financiamento no Brasil até o período que será analisado neste trabalho, segue quadro 1 abaixo.

Quadro 1 - Fontes de financiamento vetadas pela legislação brasileira (1946-2010)

Fontes vedadas	1946	1950	1965	1971	1993	1995	1997	2006	2008	2010
Entidade ou governo estrangeiro	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Autoridade ou órgãos públicos		X	X	X	X	X	X	X	X	X
Sociedade de economia mista, concessionárias ou permissionárias		X	X	X	X	X	X	X	X	X
Empresa privada com finalidade lucrativa			X	X						
Entidades de classe ou sindicais				X	X	X	X	X	X	X
Entidade de direito privado que receba contribuições compulsórias					X		X	X	X	X
Pessoa jurídica sem fins lucrativos que receba recursos do exterior					X		X	X	X	X
Entidade de utilidade pública					X		X	X	X	X
Entidades beneficentes e religiosas								X	X	X
Entidades esportivas que recebam recursos públicos								X	X	X
ONGs que recebam recursos públicos								X	X	X
Organizações da sociedade civil de interesse público								X	X	X
Sociedades cooperativas de qualquer grau ou natureza									X	X
Cartórios de serviços notariais e de registro									X	X

Fonte: Figueiredo Filho (2012).

Como se pode observar no quadro 1, todas as legislações brasileiras proibiam o financiamento por entidades ou governos estrangeiros, o que tem por objetivo impedir a influência externa direta destas instituições.

Enfim, nota-se uma preocupação em modificar a legislação em relação a financiamento de campanhas eleitorais no Brasil, principalmente, após o impeachment de Fernando Collor, primeiro presidente eleito por voto popular após a constituição de 1988 (BACKES 2014; SPECK, 2003). No entanto, essas mudanças têm se mostrado pouco eficazes com relação à diminuição do poder econômico e sua influência no financiamento de campanhas no Brasil, tendo em vista estudos que trataram do tema e encontraram relação entre maior financiamento de campanhas e resultado eleitoral positivo (CERVI, 2010; PEIXOTO, 2010).

1.3 DINHEIRO E DESEMPENHO ELEITORAL NO BRASIL NAS ELEIÇÕES DE MUNICIPAIS PARA PREFEITURAS EM 2008 E 2012

Este tópico do trabalho pretende descrever as principais contribuições da literatura sobre a relação entre financiamento de campanhas e desempenho eleitoral no Brasil referente as eleições municipais de 2008 e 2012.

Peixoto (2010) analisou as eleições municipais de 2008 e constatou que há variação nos custos por eleitor considerando o tamanho do município. Ele não considerou os custos totais das campanhas, mas os custos por eleitor, alegando que analisar os valores totais do financiamento beirava o sensacionalismo. Evidenciou também que os custos por eleitor são proporcionalmente maiores em municípios menores.

Ainda referente às eleições municipais, Cervi (2010) analisou o financiamento de campanha e o desempenho eleitoral nas capitais do país em 2008. Para o autor, os candidatos que tiveram maiores valores nas campanhas eleitorais tenderam a obter mais votos (CERVI, 2010).

Felisbino et al (2012) analisaram as eleições municipais nas capitais brasileiras em 2008 e identificaram que gastos com campanha tem relação positiva com o êxito eleitoral de alguns candidatos. Os autores também detectaram predominância do sexo masculino na participação do pleito eleitoral municipal para prefeito (FELISBINO et al, 2012, p. 232)

Codato et al (2013) em sua análise sobre as eleições municipais para prefeito em 2012 também concluíram que quanto maior o financiamento, mais chances o

candidato tem de ser eleito. Também identificou que mulheres tiveram menos chance de vitória (CODATO et al, 2013, p. 79). Além disso, para os autores, os candidatos a reeleição implicam em impacto positivo e significativo no desempenho eleitoral.

Assim como Figueiredo Filho e outros (2014) e Speck e Cervi (2016), Mancuso e Speck (2013) chegaram a conclusão que o tamanho dos municípios é um fator que impacta no resultado da influencia do financiamento e desempenho eleitoral porque em municípios pequenos, chamados por eles de paroquiais, o contato entre os candidatos e a população é mais próximo o que conseqüentemente reduziria a necessidade de grandes vultos de investimentos.

Cervi (2013) ampliou seus estudos e comparou as finanças em campanhas eleitorais a partir dos resultados das eleições para prefeitos de 26 capitais em 2008 e 2012. O autor concluiu que nas eleições de 2008 o financiamento de pessoas jurídicas teve um impacto maior no desempenho dos candidatos, mas que nas eleições de 2012 as doações de partidos políticos tiveram um peso maior no desempenho eleitoral. O autor também observou que levando em conta a inflação do período, o crescimento real das despesas foi de 62,40% (CERVI, 2013, p.36). Ele identificou que nas eleições de 2008 e 2012, quanto mais recursos declarados maior a proporção de votos adquiridos pelos candidatos (CERVI, 2013, p. 51).

Figueiredo Filho et al (2014) também analisaram as eleições municipais de 2012 e sugeriram que o efeito dos gastos sobre os votos depende de variáveis contextuais, em particular o tamanho do eleitorado e o Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM). Ou seja, seus resultados convergem com o trabalho de Speck e Cervi (2016), no sentido que o tamanho do eleitorado pode interferir na determinação absoluta que o financiamento de campanha influencia o resultado eleitoral. No entanto, ambos os estudos só consideram a eleição de 2012, deixando claro que é necessário ampliar o número de eleições estudadas para corroborar seus trabalhos.

Considerando o desempenho eleitoral em prefeituras no Brasil, Speck e Cervi (2016) também analisaram as eleições para as prefeituras brasileiras em 2012 e concluíram que as condições de disputa em municípios de tamanhos diferentes não são

homogêneas quando se trata de desempenho eleitoral. Para os autores, o efeito do financiamento de campanhas em municípios com até 200 mil habitantes é constante, porém em municípios com população maior, esse desempenho pode variar.

2 TEORIA DA ESCOLHA PÚBLICA E ELEIÇÕES

Essa dissertação tem o escopo de analisar a relação entre financiamento de campanhas e desempenho eleitoral dos candidatos às prefeituras brasileiras. Como exposto anteriormente, os financiamentos de campanhas eleitorais são regulados pelas legislações brasileiras, que sofreram mudanças durante os anos, e que também visam tentar reduzir a influência do poder econômico de grupos de interesses nas eleições, com relação ao financiamento de campanha. Como suporte teórico deste trabalho, foi utilizada a Teoria da Escolha Pública.

A teoria da escolha pública se desenvolveu desde a década de 1960, através de alguns autores como Gordon Tullock, Duncan Black, Mancur Olson, com destaque para James Buchanan, ganhador do prêmio Nobel de economia em 1986 (BUTLER, 2014; CRUZ 2011; DIAS, 2009). A teoria da escolha pública (TEP) surgiu como oposição a teoria do bem-estar social em que o governo procurava suprir vários aspectos da sociedade como econômico, de assistência social, comercial entre outros e, dessa forma, se tornava muito grande e custoso. A TEP procurou identificar as falhas do governo para justificar esse novo modelo teórico. Conforme Lima (2012), a intervenção governamental muitas vezes provocam novos problemas que pioram a situação anterior, causada pelas falhas do mercado. Isso se deve, segundo o autor, porque os políticos tem sua própria agenda, e essa nem sempre é a mesma do interesse público (LIMA, 2012, p. 17)

Para a TEP, a sociedade devia ser regulada pelo mercado enquanto o estado deveria prover apenas os aspectos fundamentais. A TEP considera as pessoas motivadas pelo auto interesse, inclusive os políticos. Dessa forma, os políticos não agiam em prol da sociedade e sim em benefício próprio e/ou em benefício de alguns grupos de interesses poderosos e com alto poder econômico. Sendo assim, se as políticas implantadas beneficiavam esses grupos e não a sociedade em geral, não havia motivo para o governo ser tão grande e gastador.

De acordo com Leister, (2005), um governo atuando como um Estado Mínimo, com orçamento restrito, a economia geral daria pouca margem para que alguns grupos de interesses consumissem tal orçamento. Mas esse não é o caso do Brasil, que segundo a autora, tem os orçamentos públicos como parte significativa do Produto Interno Bruto (PIB), tornando a criação de grupos de pressão lucrativos.

Além disso, a TEP questiona o sistema eleitoral, de forma a sugerir que os grupos de pressão, assim como os políticos, com o intuito de alcançar seus interesses conseguem influenciar o eleitor na decisão de seu voto (BUTLER, 2014; CAMPOS, 2008; TULLOCK et al, 2005). Para Campos (2008), na escolha pública, as decisões feitas por pessoas, participantes de um grupo ou organização coletiva, se refletem a todos os integrantes da coletividade.

Para Pereira (2007), o ambiente político podia ser analisado como um mercado competitivo e cita como exemplo os políticos que pretendem maximizar seus votos para conseguir se eleger. Na mesma linha de pensamento, Toneto Jr. (1996) acredita que Buchanan, através da teoria da escolha pública, considera a concepção política do Estado como um sistema de troca e os políticos como indivíduos auto interessados. Sendo um processo de troca, os políticos são vistos como vendedores de programas políticos e os eleitores como consumidores desses programas, maximizando seus interesses através do voto nos candidatos de sua preferência (COSTA et al, 2013; TONETO JR, 1996).

A TEP também estuda as preferências e comportamento das pessoas referente ao processo político como um todo, sejam agentes públicos, eleitores ou indivíduos interessados nas políticas a serem implementadas. Além disso, se apóia na macro economia e considera o indivíduo racional e egoísta (BUTLER, 2014; CRUZ, 2011; DIAS, 2009; PEREIRA, 1997; TONETO JR, 1996). Mesma vertente de Orenstein (1998), que descreve esses indivíduos racionais e egoístas como pessoas que se interessam pelo resultado privado final da ação coletiva.

Dentro dessa ótica, Downs (1957) afirma que alguns líderes influenciam os eleitores mal informados a votarem de acordo com seus interesses. Mesmo raciocínio de Alston et al (2016), que consideram que grande parte dos líderes serão motivados pela possibilidade de conseguir benefício próprio.

No entanto, Downs (1957) considera em seu modelo, três tipos de líderes: os partidos, que englobam tanto os seguidores quanto os líderes que adéquam sua política de forma a conquistar o maior número de votos; os grupos de interesses que são líderes que almejam chegar ao governo e implementar políticas específicas que os beneficiem, alegando representar a vontade popular, no caso, dos eleitores e; os

compradores de favor que influenciarão os eleitores a apoiar certos candidatos ou partidos com o poder do dinheiro, financiando candidatos em suas campanhas eleitorais. O que não impede de qualquer líder praticar essas lideranças simultaneamente (DOWNS, 1957, p. 109)

Alston et al (2016) acreditam que os líderes devem reconhecer os momentos de oportunidade e assim, persuadir e coordenar as pessoas para os acompanharem nessas novas idéias. Em relação ao Brasil, ele cita períodos na história brasileira como o golpe militar de 1964 e a partir de 1988 com a Constituição Federal, entre outros, como alguns desses momentos de oportunidade em que ocorreram mudanças de visões na política e nos resultados econômicos que serão abordados mais adiante.

O que esses autores têm em comum com relação a teoria da escolha pública é o conceito de que os indivíduos têm auto interesses e isso motiva suas decisões tanto na vida privada como na política, além de concordarem que a teoria da escolha pública utiliza métodos da ciência econômica para aplicar no ambiente político.

Sendo assim, nas seções a seguir serão apresentadas a participação dos grupos de interesse e sua influência no processo eleitoral e o comportamento dos políticos em sua busca pelos votos ambos amparados pela teoria da escolha pública.

2.1 GRUPOS DE INTERESSE E ESCOLHA PÚBLICA

O Político precisa de financiamento para arcar com os custos da campanha eleitoral e assim ter sucesso se elegendo em algum cargo na política. Por outro lado, empresas precisam de pessoas que atuem dentro do governo e tenham acesso aos recursos públicos e a políticas que influenciem a tributação, subsídios, regulações bancárias, entre outras medidas. Esse processo instiga a perpetuação da arrecadação monetária entre as empresas, os grupos de interesse e os políticos. Dessa forma, grupos de interesses financiam campanhas políticas com o objetivo de se beneficiar através do candidato que eles ajudaram a eleger, o que demonstra o auto interesse desses grupos (FIGUEIREDO FILHO, 2005, p.68).

Considerando esse pressuposto de que políticos precisam de dinheiro para propaganda e programa eleitoral, Samples (2004) afirma que alguns grupos financiam candidatos porque querem mais benefícios, considerando essa contribuição como investimento. Além disso, diz que candidatos que têm maior probabilidade de vencer, bem como os que defendem visões mais compartilhadas tendem a atrair as contribuições necessárias.

Buchanan (1965), também aborda sobre os grupos de interesse em seus estudos afirmando que o indivíduo tende a participar de uma organização quando espera que essa organização irá potencializar seus interesses. Organizações que, conforme Olson (1999), tem como uma das características comuns, principalmente as organizações com importância econômica, a promoção do interesse de seus membros. Ainda mais, considera que a maioria das ações praticadas por um grupo de indivíduos ou em sua representação se dá através de uma organização.

Da mesma forma, Butler (2014) argumenta que, de acordo com a teoria da escolha pública, alguns grupos com poucos eleitores, mas com interesses particulares em comum, podem extrapolar seu poder de voto. Esses grupos podem formar alianças majoritárias através de colisões de grupos de interesses. Sendo que o modelo racional tende a beneficiar a formação de poucos grupos organizados e com recursos materiais e coercitivos em desfavor de grupos maiores, porém, com interesses dispersos e atuação desorganizada (BUTLER, 2014; CRUZ, 2011; FIGUEIREDO FILHO, 2005; OLSON, 1999).

Buchanan (1965) já havia afirmado isso, dizendo que as pessoas tendem a tomar decisões coletivas, se organizando em grupos menores tidas como efetivas pelas regras de tomada de decisão, tendendo a ganhos compartilhados simetricamente. Em contrapartida, nos grupos maiores, a decisão tende a não surgir devido a um maior investimento individual em termos de negociação estratégica e uma menor participação individual dos ganhos decorrentes da ação coletiva resultante de uma organização maior do que a necessidade (BUCHANAN, 1965, OLSON, 1999). Ou seja, pequenos grupos coesos e com poder econômico tem mais influência do que grupos grandes, dispersos e desorganizados.

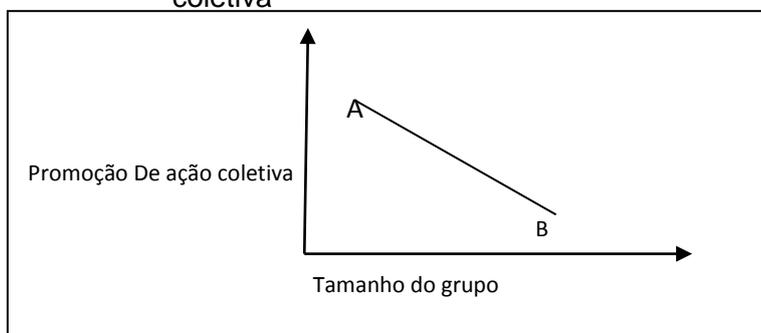
Sob tal enfoque, grupos menores poderiam restringir seus benefícios aos seus próprios membros, o que evitaria que alguns membros deixassem

para outros desembolsarem os fundos e fazerem o trabalho sabendo que, se o lobby do grupo for bem-sucedido, eles irão se beneficiar, quer eles tenham feito alguma contribuição ou não – em outras palavras, grupos grandes têm um problema de parasitas. (BUTLER, 2014, p. 35).

Esses grupos são organizados e normalmente tem grande poder econômico. Nesse sentido, conseguem financiar lobistas para exercer pressão sobre os membros dos poderes legislativo, executivo e judiciário, de forma que seus interesses ideológicos se pareçam com os interesses públicos em geral, pois sabem que devem ter pouco atrito com os eleitores e com os políticos que os representam (BUTLER, 2014; COSTA et al, 2013; DIAS, 2009).

Para Figueiredo Filho (2009), existe um conflito de interesses (*tradeoff*) entre tamanho do grupo e a busca da implantação de seus interesses. Quanto menor o grupo, mais coeso e menor possibilidade de conflito interno. Paralelamente, quanto maior o grupo, mais distante de atingir um benefício coletivo que contemple todos os participantes. Para ilustrar esse suporte teórico, o autor utiliza a figura abaixo.

Figura 2 - *Tradeoff* entre o tamanho do grupo e a probabilidade de promover ação coletiva



Fonte: Adaptado de Figueiredo Filho (2009).

Como pode se observar na Figura 2, quanto maior o tamanho do grupo, menor será a probabilidade de promover ação coletiva e conseqüentemente conseguir resultados positivos.

Ainda referente a grupos de interesses, Buchanan e Tullock (1965) retratam no livro *The calculus of consent. Logical foundations of constitutional democracy*, que se um grupo com interesse particular consegue êxito na adoção de legislação favorável, através de pagamentos a políticos, esse resultado positivo pode incentivar outros

grupos de interesse, observando o sucesso do primeiro, em investir recursos na organização política. Enfim, grande parte do poder de influência de grupos de interesse está vinculada ao financiamento de campanhas eleitorais (MONTEIRO, 2007).

No entanto, um grupo de interesse, por exemplo, não financia apenas uma legenda esperando sua vitória, mas pode financiar várias organizações para que possa influenciar na aplicação de políticas públicas independentemente do ganhador. (KRAUSE et al, 2015)

Por outro lado, não são somente os grupos de interesse que foram analisados na teoria da escolha pública. Os políticos também fazem parte do estudo dessa teoria e a tendência de comportamento destes em sua busca de maximização de votos para serem eleitos será apresentada no tópico a seguir.

2.2 POLÍTICOS E ESCOLHA PÚBLICA

Segundo Buchanan (apud DIAS, 2009, p. 202): "O político é aquele indivíduo que pede dinheiro aos ricos e votos aos pobres, prometendo, se eleito, defender uns dos outros".

Campos (2008) considera que o ambiente político ocorre em um quadro institucional estabelecido, com divulgação de informações tendenciosas, caras e cheia de estímulos maldosos. Da mesma forma, Castells (2009) cita o receio dos governos em relação à internet, por não possuir controle sobre ela. Para o autor, a luta para influenciar as mentes das pessoas, e conseqüentemente a construção do poder, se dá principalmente no espaço da comunicação. Daí a desconfiança dos políticos em relação aos escândalos, divulgados quase que imediatamente ao fato, através dos meios de comunicação virtual e que se propagam em alta velocidade e com grande abrangência.

Da mesma forma Lima (2012) argumenta que o marketing político, retóricas, demagogia e promessas dos políticos podem causar bons resultados a curto prazo, porém prejuízos a longo prazo para a população em geral. Assim, políticos fazem

promessas que não cumprem, ocultam seus verdadeiros interesses, restringem a transparência, iludindo os eleitores e causando uma distorção na democracia.

Democracia que pode ser considerada como um conjunto de regras "que estabelecem *quem* está autorizado a tomar decisões coletivas e com quais *procedimentos*" (BOBBIO, 2009, p. 17). Nesse caso, os políticos são os tomadores dessas decisões coletivas e influenciados pelos grupos de interesses agem de forma a beneficiar esses grupos e a si próprios, tendo a população em geral, pouca influência no processo decisório.

Considerando que os políticos têm interesse de receber votos com o intuito de serem eleitos, é interessante que eles vinculem sua imagem a situações que os beneficiem (BUTLER, 2014; CRUZ, 2011; PEREIRA, 1997). Eles talvez busquem o "eleitor mediano" – a posição no centro, onde eleitores se amontoam e suas preferências irão prevalecer sobre as dos demais eleitores (COSTA et al, 2013; FIGUEIREDO FILHO, 2009; LIMA, 2016). Dessa forma, os partidos optam por posições mais centristas durante campanhas eleitorais, e com isso almejam obter mais dos eleitores próximos dessa faixa central, dando menos escolhas reais à população (BUTLER, 2014; COSTA et al, 2013; TSEBELIS, 2009). Para Lima (2016), os políticos visam angariar maior volume de recursos possíveis para as suas bases políticas, cobiçando sobreviver politicamente, além de ganhos financeiros.

De acordo com a teoria da escolha pública, os políticos agem para conseguir poder e dinheiro através dos cargos públicos, o que é obtido através do processo eleitoral. Utilizam a política meramente como forma de alcançar seus objetivos privados. Nesse sentido, Meneguín e Nery (2015) acreditam que a teoria da escolha pública considera que os políticos buscam os próprios objetivos e que esses objetivos nem sempre são os mesmos da sociedade. Por essa visão, os políticos agem racionalmente, reagindo aos incentivos que lhes foram fornecidos, visando seus próprios interesses. Incentivos esses que fazem com que os políticos busquem cada vez mais recursos através do financiamento de campanhas para se elegerem e assim alcançar seus objetivos, seja status, poder ou dinheiro.

Buchanan e Tullock (1965) também consideraram os políticos como empresários e partidos como corporações e que querem ser eleitos ou reeleitos, e que as partes são simplesmente coalizões voluntárias de políticos organizadas com o objetivo de ganhar as eleições. Segundo Tullock et al (2005), os políticos poderiam agir de acordo com o que julgam certo, mas poderão perder alguns eleitores, optando então por propostas que acreditam que possam maximizar seus votos.

Entretanto, existem estudos que afirmam que a maioria das pessoas não tem muito conhecimento de política em geral e que políticos se aproveitam disso para realizar manipulações fiscais com o intuito de maximizar seus votos (EHRHART, 2013). Dessa forma, conforme o autor, essas pessoas procuram obter informações sobre assuntos políticos que lhes afetem diretamente, ignorando outros inúmeros temas que são debatidos e decididos na política.

Em consequência disso, os políticos tendem a ter uma atenção especial a assuntos que as pessoas detenham mais conhecimento, do que temas que as pessoas têm menos ou nenhum conhecimento. Sendo assim, quando essa minoria detentora de maior conhecimento se opõe a alguma ação, grande parte dessa discussão é levada ao público (TULLOCK et al, 2005, p. 49)

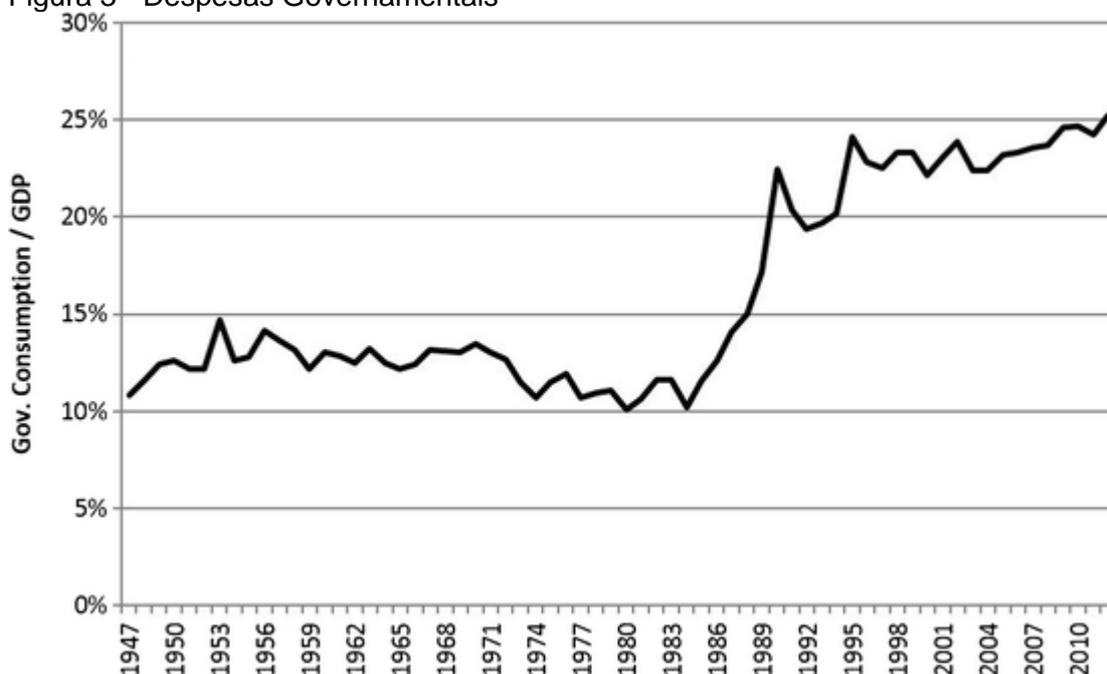
Ehrhart (2013) ao analisar 56 países em desenvolvimento durante o período de 1980 a 2006 identificou que em períodos próximos as eleições, os políticos realizavam operações fiscais específicas. Essas operações como diminuição de impostos, incentivos fiscais e aumento das despesas públicas tinham como objetivo demonstrarem sua suposta competência a fim aumentarem sua popularidade, favorecendo a possibilidade de sucesso na reeleição. Isso, segundo o autor, normalmente acontecia em países com democracias recentes em que boa parte dos eleitores possuíam pouco conhecimento político.

Da mesma forma, Alston et al (2016) afirmam que as crenças do grupo dominante podem levar os países a adotar medidas que não promovam o crescimento e a prosperidade, mesmo nos casos em que aqueles que estão no poder buscam perseguir o bem comum. Os autores citam que no Brasil, após o fim do regime militar e com a Constituição Federal de 1988 houve uma política inclusiva e promoção de uma maior justiça social através da distribuição de benefícios

econômicos para grandes grupos da população. Entre os benefícios listados estão a educação universal, os benefícios para a saúde, a garantia da estabilidade do emprego para funcionários, a extensão da segurança social e das pensões aos trabalhadores rurais não contribuintes, além de grupos de interesse que também conseguiram incorporar suas próprias transferências particulares (ALSTON *et al*, 2016).

No entanto, essa forma de transferências sociais e de renda tem um custo. E o resultado dessa perspectiva de governo levou a um considerável aumento das despesas públicas. Na figura 3 é demonstrado o crescimento abrupto das despesas públicas após a redemocratização do Brasil.

Figura 3 - Despesas Governamentais



Fonte: Alston et al (2016).

Da mesma forma, Cherrier e Fleury (2017) afirmam que aumento dos gastos do governo e intervenções econômicas e sociais, podem levar a falhas do governo e gerar resultados ainda piores. Segundo as autoras, políticos oportunistas promovem a redução de imposto a empresas como potenciais financiadoras de campanhas a fim de conseguirem se manter no poder através da reeleição e levar vantagem sobre candidatos desafiantes.

Com relação ao Brasil, Alston et al (2016) fizeram um retrospecto considerando três períodos em que o país passou por mudanças de crenças e seus resultados políticos e econômicos desde o período militar passando pela redemocratização do país até o ano de 2016 , conforme quadro 2.

Quadro 2 - Desenvolvimento brasileiro desde 1964

Período	1964-1985	1985-1994	1994-2016
Crença	Desenvolvimento	Inclusão social	Inclusão Social Fiscalmente Sadia
Instituições	Econômico: planejamento social tecnológico, substituição de importações.	Econômico: Subsídios às elites empresariais e substituição de importações.	Econômico: ortodoxia fiscal e monetária.
	Política: redução das liberdades civis.	Política: constituição "árvore de natal", franquia para analfabetos.	Político: restringe os governos estaduais com poder deslocando-se ao governo federal.
Resultados econômicos e políticos	Econômico: inicialmente alto crescimento, "milagre brasileiro" seguido de crescimento mais lento.	Econômico: hiperinflação e incerteza.	Econômico: estabilidade de preços com crescimento bastante moderado.
	Política: regra autoritária com exclusão, censura e opressão.	Político: democracia sem controles e balanços, por exemplo, reforma populista da terra.	Político: Aumento da inclusão social se fiscalmente sólido, por exemplo, aumentos nas transferências para grupos de baixa renda.

Fonte: Alston et al (2016).

Alston et al (2016) ao analisarem o governo federal brasileiro, consideraram que o período a partir 1994 através do Plano Real com Fernando Henrique Cardoso foi o último grande momento de oportunidade em que surgiu uma nova configuração de poder e novas crenças. Entretanto, citam que a partir do ano de 2011, o país passava por um período de recessão, as contas governamentais ruíam devido ao

excesso de despesas e foi o ano em que começou o primeiro governo da presidente Dilma Rousseff. Já em 2016, com baixa popularidade, em seu segundo mandato, a presidente tinha presenciado manifestações contra seu governo e pedidos de impeachment, indicando um possível novo momento de oportunidade.

Nesse mesmo ano de 2016, em 31 de agosto, Dilma Rousseff perdeu seu mandato de presidente após votação no Senado Federal, assumindo em seu Lugar, o vice presidente Michel Temer. Importante salientar que a candidatura da chapa Dilma / Temer, foi absolvida em 2017 no julgamento do TSE por indícios de abuso de poder econômico durante a campanha eleitoral para a Presidência da República em 2014, após denúncia do Partido Social Democrata Brasileiro (PSDB), cujo candidato Aécio Neves ficou na segunda colocação do pleito presidencial. Denúncia essa que envolvia suposto dinheiro não declarado (caixa 2) repassado como propina por contratos fechados pela construtora Odebrecht com a Petrobrás.

O que se pode verificar é que haveria uma relação entre os pressupostos da teoria da escolha pública e a busca por maiores financiamentos de campanha. Por um lado, o político tenta ampliar suas chances de sucesso e imagina que uma maior quantidade de recursos é importante, pois permite alcançar maior quantidade de eleitores, fornecendo-lhes benefícios em troca de votos.

Por outro lado, as pessoas físicas e jurídicas que contribuem com esses políticos o fazem na expectativa de obtenção de favores após a eleição deles. Neste sentido, pode evidenciar-se a relação proposta pela teoria que discute o comportamento oportunista dos atores envolvidos na política. Assim, o financiamento de campanhas eleitorais seria um fenômeno que poderia ser explicado pelo comportamento oportunista dos atores envolvidos nele: políticos, pessoas físicas, partidos políticos e grupos de interesses.

Após essa apresentação da teoria da escolha pública, será apresentada a metodologia utilizada nessa dissertação que analisará as relações das variáveis com relação ao financiamento de campanhas e desempenho eleitoral considerando os municípios brasileiros. Essa metodologia será descrita na seção a seguir.

3 METODOLOGIA

Esta dissertação é de natureza quantitativa, com utilização de regressão logística, para explicar a relação entre o desempenho dos candidatos a prefeitos e o financiamento de campanha eleitoral, de todos os municípios do Brasil nas eleições de 2008 e 2012.

Os dados dos valores arrecadados do financiamento de campanhas pelos candidatos as prefeituras foram utilizados como variável explicativa e envolve os recursos públicos e privados obtidos pelos candidatos e declarados no TSE. Também foram definidas variáveis de controle no modelo. Estas variáveis estão relacionadas ao município, o financiamento de candidatas mulheres e o financiamento de candidatos a reeleição.

Tabela 1 - Número de municípios, candidatos e valores do financiamento das eleições para as prefeituras brasileiras de 2008 e 2012

Eleições	Número de municípios que elegeram prefeitos	Número de Candidatos a prefeitura	Valor total do financiamento declarado
2008	5.568	15.227	R\$ 1,629,631,199
2012	5.568	15.202	R\$ 2,814,473,061

Fonte: Elaboração própria do autor desta dissertação (2017).

No Quadro 3, é apresentada a descrição resumo das variáveis, sua sigla, descrição e definição e autores que utilizaram essas variáveis em seus modelos de análise.

Quadro 3 - Resumo das variáveis

Descrição	Sinal esperado	Definição da variável	Autor (a) que utilizou a variável
Desempenho eleitoral		Se o candidato foi eleito ou não / quantidade de votos	
Financiamento de Campanha	(+)	Valores arrecadados por todos os candidatos dividido pela população do Município	
Tamanho da População dos Municípios	(+)	<200.000=0 >200.001=1	(HEILER, 2011; MANCUSO; SPECK 2013)
Financiamento de Campanha para Mulheres	(+)	Valores arrecadados pelas candidatas mulheres	(BOLOGNESI, 2011; MARCELINO, 2010; SACCHET; SPECK, 2012)
Valores dos Bens declarados a Justiça pelo Candidato	(+)		(ABRAMO, 2014; SILVA; XAVIER, 2014)
Estado Civil do candidato	(-)	Candidato não solteiro = 0 Candidato solteiro = 1	
Escolaridade do Candidato	(+)	1 = Superior completo; superior incompleto 2 = Ensino médio completo; ensino médio incompleto 3 = Fundamental completo; fundamental incompleto; lê e escreve; analfabeto	(HEILER, 2011).
Região	(+)	Norte = 1; Nordeste = 2; Sul = 3; Sudeste = 4; Centro Oeste = 5	
PIB percapta	(+)		
Ocupação Anterior do Candidato	(+)	0= Membro das forças armadas. 1 = Membro superiores do poder público, gerentes, dirigentes). 2 = Serviços. 3 = Técnicos de nível médio; trabalhadores	(BOLOGNESI 2011; CERVI et al 2010; MANCUSO; SPECK, 2013).

Descrição	Sinal esperado	Definição da variável	Autor (a) que utilizou a variável
		administrativos. 4 = Trabalhadores agropecuários, florestais e da pesca. 5 = trabalhadores da produção e serviços industriais. 6 = Outros.	
Legenda do Governador	(+)	Se o prefeito é da coligação do governador=1; se não=0	(MARCELINO, 2010).
Legenda do Presidente	(+)	Se o prefeito é da coligação do presidente=1; se não=0	(MARCELINO, 2010; SPECK 2011).
Gênero do candidato	(+)	0= mulher; 1= homem	(BOLOGNESI,2011; MARCELINO, 2010; SACCHET; SPECK, 2012; MANCUSO; SPECK, 2013).
Se o candidato já foi eleito anteriormente	(-)	Se foi eleito anteriormente =1; Se não=0	(MARCELINO 2010; BOLOGNESI 2011; SACCHET; SPECK, 2012; ARAÚJO; SILOTTO; CUNHA, 2015; FIGUEIREDO FILHO <i>et al</i> 2014).
Anos das eleições		Ano de 2008 e ano de 2012	(ALMEDA; CARNEIRO, 2016; CERVI, 2013; KRAUSE <i>et al</i> 2015).

Fonte: Elaboração própria do autor desta dissertação (2017).

No Quadro 3, estão descritas as variáveis que foram utilizadas no modelo onde se espera que influenciem o desempenho eleitoral dos candidatos pelas expectativas indicadas a seguir.

O financiamento de campanha foi utilizado como variável explicativa e espera-se uma relação positiva entre o maior financiamento e eleição do candidato, visto que trabalhos anteriores encontraram relação positiva nessa relação. De forma a diminuir as possíveis diferenças entre valores de financiamento de campanhas entre municípios muito grandes e municípios muito pequenos, foi feita uma divisão entre o valor do financiamento do candidato pelo número de habitantes do município, de modo a se utilizar a receita per capita como variável explicativa.

Como variáveis de controle temos:

- a) O tamanho da população dos municípios, variável que foi consultada no sitio do IBGE, e que já foi utilizada nos estudos de Mancuso e Speck (2013), espera-se uma relação em que quanto maior o tamanho da população, maior a necessidade de financiamento de campanha para o candidato poder conseguir se eleger. Para otimizar a comparação entre o tamanho dos municípios, foram codificados os municípios com população menor que 200.000 habitantes = 0 e municípios com mais de 200.000 = 1. Salientando que nos municípios com mais de 200.000 habitantes existe a possibilidade de haver segundo turno nas eleições;
- b) A região geográfica em que o município está localizado será utilizada para verificar se existe diferenças entre os resultados das regiões;
- c) O PIB per capita foi consultado no sitio do IBGE e é um indicador para mensurar a atividade econômica de uma região, considerando apenas bens e serviços finais dividido pela população do município. Dessa forma, espera-se que o candidato de regiões mais ricas precisem de mais financiamento de campanhas para conseguir se eleger;
- d) O financiamento de campanha para mulheres foi consultado no sitio do TSE e foi utilizado no trabalho de Marcelino (2010) entre outros trabalhos. Assim como o financiamento de campanha geral, o financiamento de campanha das mulheres também foi dividido pelo número de habitantes do município, obtendo, portanto a receita per capita das candidatas. Espera-se que esse financiamento tenha uma relação positiva entre um maior financiamento de campanha para mulheres e um desempenho eleitoral melhor do que mulheres que tiveram um baixo financiamento de campanha. Além disso, verificar se há diferença entre homens e mulheres com relação ao financiamento.
- e) Os valores dos bens declarados a justiça pelos candidatos foram consultados no sitio do TSE e foram utilizados no trabalho de Abramo (2014), onde se espera que quanto maiores os valores dos bens declarados maior a probabilidade de o candidato ser eleito;

- f) O estado civil do candidato foi consultado no sitio de TSE e foi considerado solteiro = 1 e não solteiro = 0, sendo que os candidatos não solteiros foram distribuídos conforme a tabela abaixo:

Tabela 2 - Código do Estado civil do candidato (a)

Estado civil do candidato (a)	Código
Casado (a)	
Divorciado (a)	
Separado (a) judicialmente	
Viúvo (a)	0
Solteiro	1

Fonte: Elaboração própria do autor desta dissertação (2017).

- g) A escolaridade do candidato foi consultada no sitio do TSE e foi utilizada no trabalho de Heiler (2011), em que se espera relação positiva entre maior escolaridade do candidato e maior financiamento de campanha melhorando seu desempenho eleitoral. Essa variável também foi codificada conforme a Tabela 3 abaixo:

Tabela 3 - Código da escolaridade dos candidatos (as)

Escolaridade dos candidatos (as)	Código
Superior completo	
Superior incompleto	1
Ensino médio completo	
Ensino médio incompleto	2
Ensino fundamental completo	
Ensino fundamental incompleto	
Lê e escreve	
Analfabeto	3

Fonte: Elaboração própria do autor desta dissertação (2017).

- h) A ocupação anterior do candidato foi consultada no sitio do TSE e foi utilizada no trabalho de Cervi *et. al.* (2010). Essas profissões foram agrupadas tendo com base a classificação brasileira de ocupações. Entretanto, para otimizar esses dados no modelo de regressão, foram condensados subgrupos com o intuito de diminuir a quantidade de profissões conforme Tabela 4 a seguir:

Tabela 4 - Código das profissões

CBO	Dissertação	Código
Membro das forças armadas	Membro das forças armadas	0
Membros superiores do poder público, dirigentes de organizações de interesse público e de empresas, gerentes	Membros superiores do poder público, dirigentes de organizações de interesse público e de empresas, gerentes	1
Profissionais das ciências e das artes Trabalhadores dos serviços, vendedores do comércio em lojas e mercados	Serviços	2
Técnicos de nível médio Trabalhadores de serviços administrativos	Administrativos	3
Trabalhadores agropecuários, florestais e da pesca	Trabalhadores agropecuários, florestais e da pesca	4
Trabalhadores da produção de bens e serviços industriais	Trabalhadores da produção de bens e serviços industriais	5
	Outros (aposentados, estudantes, desempregados, sem informação)	6

Fonte: Elaboração própria do autor desta dissertação (2017).

Como variáveis *dummy*, mas também de controle, foram utilizadas as variáveis a seguir:

- a) O candidato pertencer à legenda do governador foi utilizado no trabalho de Marcelino (2010) e foi consultado no sitio do TSE, onde se espera relação positiva por ter um governador de sua legenda podendo favorecer possíveis financiadores em troca de ampliação do domínio da legenda.
- b) O candidato pertencer à legenda do presidente também foi utilizado no trabalho de Marcelino (2010) e foi consultado no sitio do TSE, onde se espera relação positiva por ter um presidente da república de sua legenda podendo favorecer possíveis financiadores em troca de ampliação do domínio da legenda.
- c) O gênero do candidato foi consultado no sitio do TSE e foi utilizado no trabalho de Mancuso e Speck (2013), onde se espera uma relação positiva entre o candidato ser homem e obter mais financiamento e obter vantagem sobre o sexo feminino;
- d) Candidato que já foi eleito anteriormente foi consultado no sitio do TSE e espera-se uma relação positiva em relação ao desempenho eleitoral, pois o

candidato a reeleição por já estar na máquina pública e já ser conhecido do eleitor, teria vantagens em relação aos demais candidatos.

- e) Enfim, os anos das eleições servirão como forma de se verificar se houve alteração nos resultados entre os anos estudados.

A partir desses dados será realizada a análise através do modelo estatístico descrito no tópico a seguir.

3.1 MODELO ESTATÍSTICO

Os dados foram analisados através do método quantitativo. O trabalho visa medir as relações condicionais entre desempenho eleitoral e as variáveis explicativas, de controle e *dummy* do modelo. Com isso se fez a análise de regressão para verificar em que medida o desempenho eleitoral pode ser explicado pelas variáveis explicativas descritas na metodologia.

A análise de regressão é um método estatístico que possibilita analisar a relação entre variável independente (explicativa) e variável dependente (explicada): se a variável independente e a variável dependente se movem na mesma direção em suas médias, então há uma relação positiva entre as variáveis; se, por outro lado, as variáveis se movimentam em direções opostas, então há uma relação negativa.

O modelo geral para a regressão é representado por:

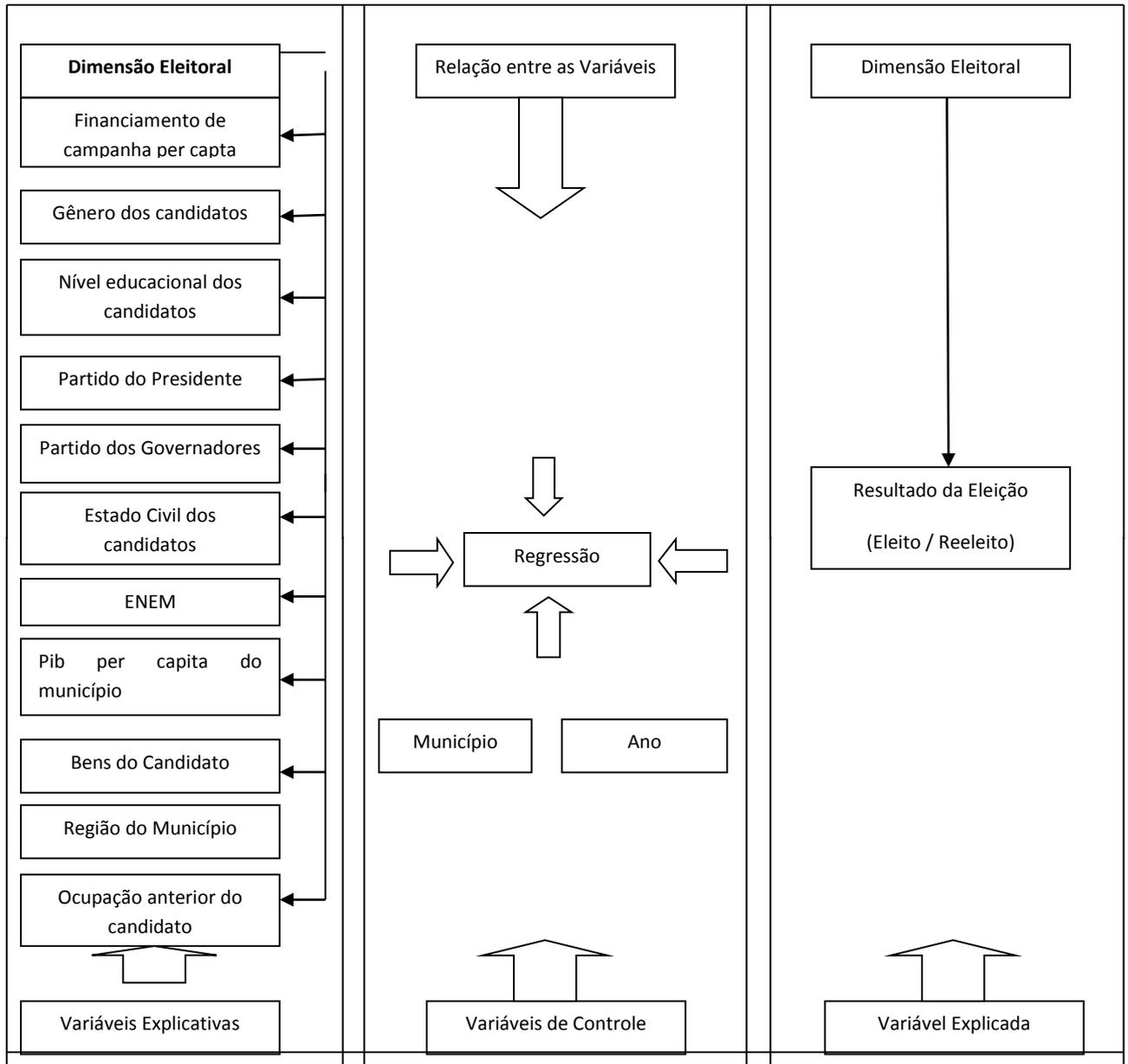
$$Y = \alpha + \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2 + \dots + \beta_n.X_n + u$$

Onde, Y é a variável dependente, X_1, X_2, \dots, X_n são as variáveis independentes, α o parâmetro do intercepto, $\beta_1, \beta_2, \dots, \beta_n$ os coeficientes de cada variável independente “e u é o erro associado ao modelo (diferença entre o valor real de Y e o valor previsto de Y por meio do modelo de cada observação.” (FÁVERO et al, 2009, p. 346).

Neste trabalho, Y representa a variável eleito e X_1, X_2, \dots, X_n são as variáveis relacionadas com as variáveis explicativas de controle. Todas as variáveis estão referenciadas por municípios e por um dos anos de estudo no banco de dados, e

(u) é o termo de erro, que é assumido normalmente com média zero e variância σ^2 (FÁVERO et al, 2009). O relacionamento entre as variáveis explicativas e de controle com a variável explicada Eleito pode ser visualizado na Figura 4.

Figura 4 – Modelo de Análise



Fonte: Elaboração própria do autor desta dissertação (2017).

Especificamente, foi utilizado o modelo de regressão para verificar se o candidato foi eleito ou não e sua relação com financiamento de campanha. Com isso, será utilizado o modelo de regressão logística. Esse modelo de regressão logística “é uma técnica estatística utilizada para descrever o comportamento entre uma variável

dependente binária e variáveis independentes métricas ou não métricas.” (FÁVERO et al, 2009, p. 440).

Dessa forma, tendo em vista que a variável dependente é uma resposta binária, ela pode ser quantificada atribuindo valor 0 para o candidato não eleito e valor 1 para o candidato eleito. Dessa forma, $Y_i = 0$ e $Y_i = 1$, são denominados de "não eleito" e "eleito", respectivamente. Haja vista que "eleito" é o evento de interesse, α representa a constante, β_j , $j = (1, 2, \dots, k)$ representam os parâmetros de cada variável explicativa do nosso estudo, em que quanto maior o coeficiente, maior a influência, X_1, X_2, \dots , as variáveis independentes que estão descritas no quadro 3, e u o termo de erro. Assim, o modelo de regressão logística pode ser resumido por:

$$\text{Logit}(Y) = \alpha + \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2 + \beta_n.X_n + u$$

A interpretação dos parâmetros encontrados no modelo de regressão logística é dada pela comparação da probabilidade de sucesso com a de fracasso utilizando a função *odds ratio* (OR) ou razão de chances (FÁVERO, 2009). Os *odds ratio* ajustados são obtidos através da comparação de indivíduos que diferem apenas na característica de interesse e que tenham os valores das outras variáveis constantes. O ajuste é apenas estatístico.

A princípio, a frequência de a variável dependente pertencer a um grupo ou outro são transformadas em possibilidades. Após isso, é feita a razão de chance que irá ser utilizada na regressão. A probabilidade de a variável dependente estar em um grupo (P) é dividida pela probabilidade de estar no outro grupo (1 - P). De forma simplificada, a equação de regressão logística pode ser apresentada como:

$$\text{Odds ratio} = \frac{P(\text{event})}{1 - P(\text{event})}$$

Assim:

<i>Odds ratio</i>	Probabilidade de ter um evento ou outro
P	Probabilidade de um evento ocorrer (eleito)
1 - P	Probabilidade de um evento não ocorrer (não eleito)

Assim, espera-se encontrar a relação entre financiamento de campanhas eleitorais, juntamente com as outras variáveis de controle, e o desempenho eleitoral dos candidatos. Ou seja, verificar se essas variáveis são determinantes para a eleição do candidato. Dessa forma, ao verificar uma relação positiva entre valores arrecadados pelos políticos e sua eleição, é possível verificar que os pressupostos da teoria da escolha pública se aplicam à realidade brasileira. Dentre esses pressupostos estão os grupos de interesses e sua influência no processo eleitoral e a busca de financiamento de campanha por parte dos candidatos, com o intuito de poder utilizar mais recursos em sua divulgação como candidato, para os eleitores.

4 RESULTADOS

4.1 APRESENTAÇÃO DOS DADOS

Conforme apresentado anteriormente, os dados utilizados incluem informações referente as eleições para as prefeituras municipais dos anos de 2008 e 2012, bem como dados relativos aos municípios e dos candidatos às prefeituras brasileiras. Dessa forma, nesse subitem serão apresentados esses dados.

Com relação ao estado civil dos candidatos, foi observado um alto número de candidatos não solteiros conforme Tabela 5 abaixo:

Tabela 5 - Estado civil dos candidatos

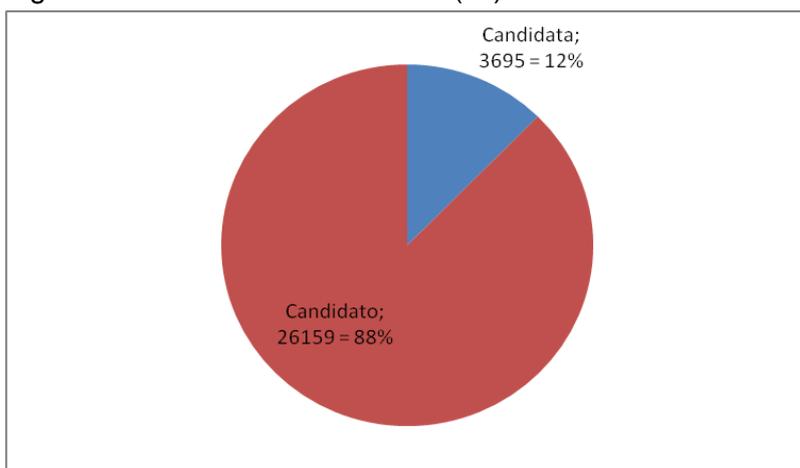
Estado civil	Candidatos	Percentual
Solteiro	4.464	15%
Não solteiro	25.390	85%
Total	29.854	100%
Estado civil	Eleitos	Percentual
Solteiro eleito	1.510	13%
Não solteiro eleito	9.820	87%
Total	11.330	100%

Fonte: Elaboração própria do autor desta dissertação (2017).

Isso se refletiu no resultado dos candidatos, com um leve aumento percentual em relação aos candidatos não solteiros eleitos de 85% para 87%, respectivamente. Esse resultado evidencia que candidato não solteiro é a grande maioria dos candidatos eleitos para as vagas de prefeitos nos anos de 2008 e 2012.

Com relação a variável *dummy* do gênero dos candidatos para as prefeituras brasileiras, foi encontrada uma grande diferença entre candidatos homens e mulheres. Nessas eleições de 2008 e 2012, com um total de 29.854 candidaturas a prefeito, 26.159 eram homens, enquanto apenas 3.695 eram mulheres. Com relação desempenho eleitoral, do total de 11.330 candidatos (as) eleitos (as), 10.131 eram homens e 1.199 eram mulheres. O que demonstra um resultado relativamente proporcional entre candidaturas e resultado eleitoral entre homens e mulheres, como se pode observar comparando as Figuras 5 e 6.

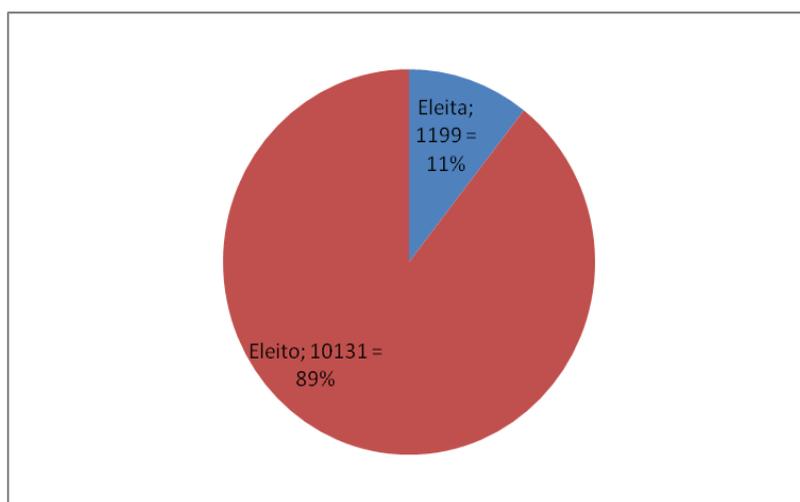
Figura 5 - Gênero dos candidatos (as)



Fonte: Elaboração própria do autor desta dissertação (2017) – dados retirados do TSE.

Essa diferença em que os homens são a imensa maioria dos candidatos que disputaram cargos eletivos também foi observada por Sachett e Speck (2012) nas eleições de 2006 para deputado estadual e federal. Arvate, Firpo e Pieri (2017) expõem duas vertentes para essa situação, sendo que a primeira seria da oferta, em que as mulheres não se arriscavam no campo político seja por falta de tempo, dinheiro ou até mesmo relutância em participar de pleitos. A outra vertente seria a demanda, em que a elite dos partidos influencia a seleção dos candidatos tendendo a escolher candidatos homens como seus representantes.

Figura 6 - Gênero dos eleitos (as)



Fonte: Elaboração própria do autor desta dissertação (2017) – dados retirados do TSE.

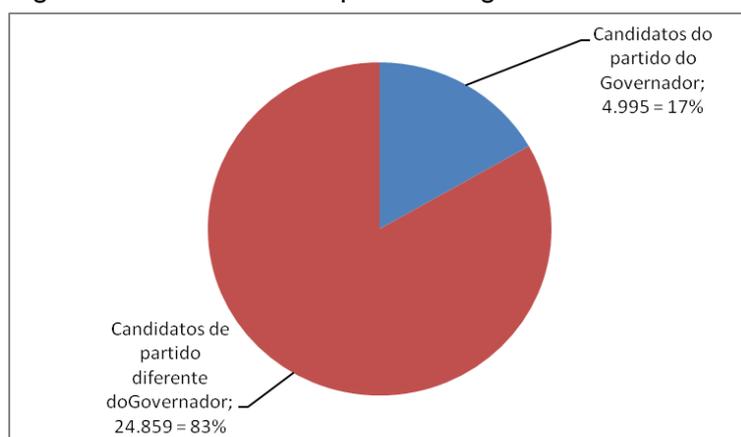
Na Figura 6, o percentual de mulheres eleitas de 11% é próximo ao percentual de mulheres candidata de 12%, o que sugere que uma vez que as mulheres eram indicadas pelos partidos, após ganharem a disputa partidária estavam mais

qualificadas e tiveram desempenho relativamente semelhante a dos homens (MANCUSO; SPECK, 2013).

Considerando que esta dissertação abarca as eleições de 2008 e 2012, esses dados indicam que não houve muita variação na participação de mulheres que se lançaram a cargos eletivos, mesmo com a implantação de cota obrigatória de 30% de candidatas por coligação.

Outra variável *dummy* utilizada nesta pesquisa foi se o candidato a prefeito pertencia ao mesmo partido do governador vigente durante as eleições. Do total de 29.854 candidatos, 4.995 eram do mesmo partido do governador, enquanto 24.859 eram de partido diferente do governador à época das eleições. Na Figura 7, é exposta a quantidade de candidatos do partido do governador.

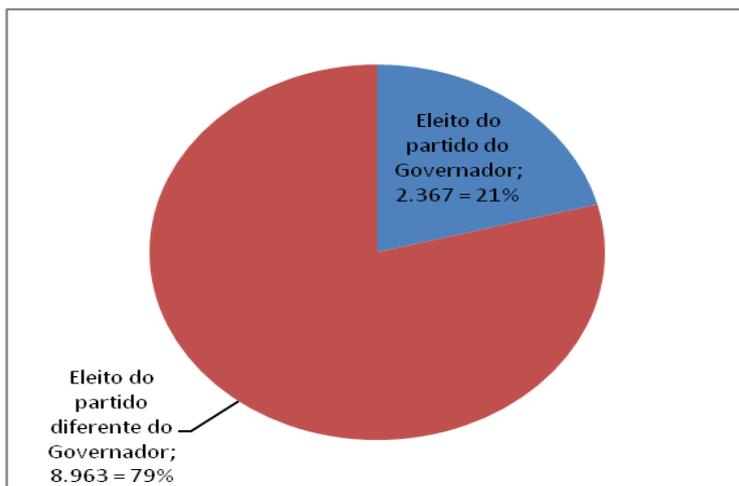
Figura 7 - Candidatos do partido do governador x Candidatos de partidos diferentes



Fonte: Elaboração própria do autor desta dissertação (2017) – dados retirados do TSE.

Como demonstram o gráfico acima, a maior parte dos candidatos a prefeito das cidades brasileiras, não pertencem ao mesmo partido do governador. Entretanto, a quantidade de candidatos do partido do governador aumenta entre os candidatos eleitos em relação a quantidade de eleitos de partidos diferentes, conforme se pode observar na Figura 8.

Figura 8 - Eleitos do partido do governador x Eleitos do partido diferente do governador



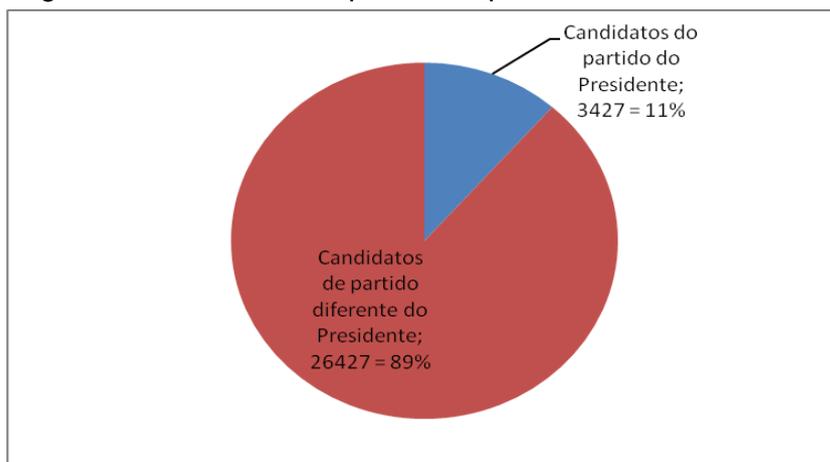
Fonte: Elaboração própria do autor desta dissertação (2017) – dados retirados do TSE.

Como demonstram os gráficos (Figuras 7 e 8), a maior parte dos candidatos a prefeito das cidades brasileiras, não pertencem ao mesmo partido do governador. Entretanto, a quantidade de candidatos do partido do governador aumenta entre os candidatos eleitos em relação a quantidade de eleitos de partidos diferentes. Ou seja, a maior parte dos candidatos que perdem a eleição não são do partido do governador. Esse fato pode ter fundamento no poder administrativo e considerável autonomia financeira dos governadores que "podem abrir e fechar portas para os candidatos no estado", pois controlam recursos próprios do estado, além dos recursos transferidos pela União para a implementação de políticas públicas (MARCELINO, 2010, p. 73).

Com relação aos candidatos do partido do presidente, foi observado um número menor de candidatos comparado com os candidatos que eram do partido do governador. Isso se justifica, pois o Brasil possui apenas um presidente e 27 governadores. Dessa forma, a probabilidade dos candidatos a prefeito serem do partido do governador é maior do que ser do partido do presidente, devido a quantidade de partidos existentes no país.

Assim, cerca de 3.427 dos candidatos eram do mesmo partido do presidente, sendo que 26.427 eram de partido diferente. Em termos percentuais, 11% dos candidatos pertenciam ao mesmo partido do presidente, mesmo percentual dos candidatos eleitos e que eram do partido do presidente e 89% eram candidatos de outro partido, como se pode observar na Figura 9.

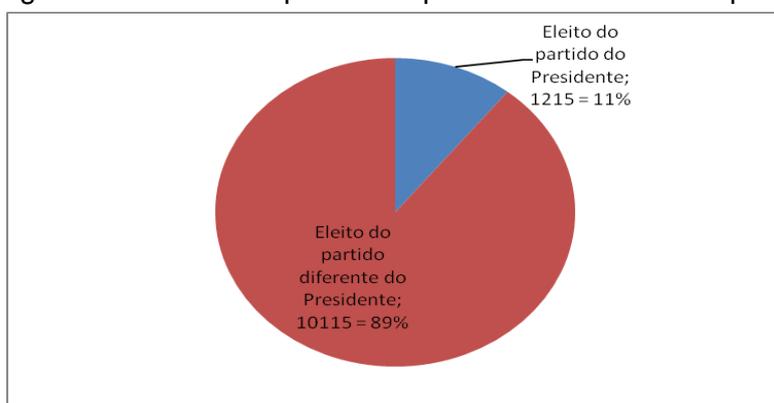
Figura 9 - Candidatos do partido do presidente x Candidatos de partido diferente



Fonte: Elaboração própria do autor desta dissertação (2017) – dados retirados do TSE.

Entretanto, ser do mesmo partido do presidente não parece ser tão vantajoso, visto que o percentual de 11% dos candidatos do partido do presidente, se manteve o mesmo em relação aos eleitos que pertenciam ao partido do presidente, conforme Figura 10. Estudos futuros poderão investigar além do partido, as coligações feitas pelos partidos para verificar o percentual de candidatos a prefeitos que estão coligados com o presidente, em vez de apenas o partido.

Figura 10 - Eleitos do partido do presidente x Eleitos de partidos diferentes



Fonte: Elaboração própria do autor desta dissertação (2017) – dados retirados do TSE.

Em relação a escolaridade do candidato, verificou-se que mais da metade dos candidatos tinham pelo menos nível superior incompleto, cerca de 16.246 candidatos. Os candidatos com nível médio incompleto e completo somavam 8.780, sendo que os candidatos com níveis de educação mais baixo, como fundamental completo, fundamental incompleto, lê e escreve e analfabetos juntos alcançavam um número de 4.828 indivíduos.

Tabela 6 - Grau de escolaridade dos candidatos

Grau de escolaridade	Candidatos	Percentual	Eleitos	Percentual
Nível superior incompleto/completo	16.246,00	54%	6.028	53%
Nvel médio incompleto / completo	8.780,00	29%	3.472	31%
Nível fundamental incompleto / completo; Lê e escreve / analfabeto	4.828,00	16%	1.83	16%
Total	29.854,00	100%	11.33	100%

Fonte: Elaboração própria do autor desta dissertação (2017).

A variável eleição anterior, onde se verifica se o candidato já foi eleito alguma vez para cargo público anteriormente as eleições municipais de 2008 e 2012, se reflete ser vantajoso no desempenho eleitoral. Argumento também utilizado por Araujo *et al* (2015) que afirmam que o modelo institucional brasileiro beneficia candidatos veteranos com alto capital político, pois estes têm maior capacidade de influenciar as ações, e por conseqüência maior facilidade de angariar recursos para a sua campanha, por já conhecer como funciona o sistema eleitoral. Mesmo entendimento de Sacchet e Speck (2012) que acreditam que a experiência previa dos candidatos influencia na captação de recursos e obtenção de votos. Na Tabela 7 são expostos os dados obtidos dos candidatos que já foram eleitos anteriormente.

Tabela 7 - Candidatos eleitos anteriormente

Situação	Eleito anteriormente	Percentual
Eleito	4526	56%
Não eleito	3568	44%
Total	8094	100%

Fonte: Elaboração própria do autor desta dissertação (2017).

Ou seja, mais da metade dos candidatos que já foram eleitos alguma vez anteriormente conseguiram se eleger prefeito. Apesar de os candidatos que não foram eleitos anteriormente, poderem aproveitar do desgaste da imagem dos candidatos mais conhecidos, isso não foi suficiente para conseguirem bons resultados em suas disputas.

Na Tabela 8, é mostrada a quantidade e o percentual do desempenho eleitoral desses novos desafiantes e os resultados mostram que eles estão em desvantagem em relação aos candidatos mais experientes.

Tabela 8 - Candidatos que não ocuparam cargos eleitorais antes da eleição

Situação	Candidatos que não foram eleitos anteriormente	Percentual
Eleito	6804	31%
Não eleito	14956	69%
Total	21760	100%

Fonte: Elaboração própria do autor desta dissertação (2017).

Observando as duas tabelas, verifica-se que enquanto 56% dos candidatos eleitos anteriormente conseguem se eleger prefeito, apenas 31% dos candidatos que não ocuparam cargo eletivo anteriormente conseguiu se eleger. Também é possível observar que a maioria dos candidatos a eleição municipal é formada por candidatos novatos, o que segundo Mancuso e Speck (2013) seria pelo fato de o cargo de prefeito ser um elo que interliga várias carreiras políticas.

No que tange a financiamento de campanha, que é a variável explicativa do trabalho, foram observados os seguintes dados, a começar pelo financiamento total entre os candidatos eleitos e não eleitos.

Tabela 9 - Desempenho eleitoral e financiamento de campanha

Desempenho eleitoral	Quantidade	Percentual	Financiamento	Percentual
Candidatos eleitos	11330	38%	1.765.103.081,40	49%
Candidatos não eleitos	18524	62%	1.825.982.110,61	51%
Total	29854	100%	3.591.085.192,01	100%

Fonte: Elaboração própria do autor desta dissertação (2017).

Como se observa na tabela 9, os 11330 candidatos eleitos arrecadaram em suas campanhas eleitorais quase metade dos recursos totais, mesmo sendo 38% dos candidatos. Esses dados demonstram a importância do financiamento de campanha para o bom desempenho eleitoral dos candidatos e reforça a necessidade dos políticos em buscar cada vez mais recursos para conseguir ser eleito.

Conforme Pironi (2008) a competição por votos não seria viável sem recursos para convencer o eleitor, e esses recursos vêm através do financiamento de campanha dos candidatos. Dessa forma, tentando chegar ou se manter no poder, os candidatos tentam maximizar seus votos, e para isso precisam de recursos financeiros para alcançar o maior número de eleitores possível, através, principalmente de campanhas publicitárias cada vez mais profissionais e

consequentemente caras. Essa tentativa de maximização dos votos, através do financiamento de suas campanhas representam o auto interesse dos candidatos em se elegerem e alcançar renda e status com seu cargo político, conforme descrito no tópico 3.2 dessa dissertação, que trata sobre políticos e teoria da escolha pública e é embasado por autores como Buchanan (1965), Tullock *et. al.* (2005), Cruz (2011) e Butler (2014).

Ainda se tratando de financiamento de campanha, também foi observado o financiamento de candidatos e de candidatas, e refletindo os dados da figura 6, em que a grande maioria dos candidatos são homens, a maior parte do financiamento eleitoral é destinado para eles, conforme a Tabela 10 a seguir.

Tabela 10 - Financiamento dos candidatos(as)

Candidato	R\$ 3.114.700.281,83	86%
Candidata	R\$ 447.104.910,18	14%
Total	R\$ 3.591.805.192,01	100%

Fonte: Elaboração própria do autor desta dissertação (2017).

Em relação ao financiamento de campanha dos candidatos (as) eleitos, foram observados que os homens eleitos tiveram recursos ainda maiores do que as mulheres eleitas como demonstra a Tabela 11.

Tabela 11 - Financiamento dos eleitos (as)

Eleito	R\$ 1.610.528.476,79	91%
Eleita	R\$ 154.574.604,61	9%
Total	R\$ 1.765.103.081,40	100%

Fonte: Elaboração própria do autor desta dissertação (2017).

Tabela 12 - Mediana do Financiamento Homens x Mulheres

Situação	Mediana do Financiamento
Candidato	35.558
Candidata	36.678
Eleito	52.160
Eleita	59.555

Fonte: Elaboração própria do autor desta dissertação (2017).

Entretanto, observando a mediana entre homens e mulheres, verifica-se que os valores são próximos, com um ligeiro aumento em relação às mulheres, o que sugere que as mulheres precisam ainda de mais recursos financeiros do que os homens para se eleger.

Dispondo dos dados apresentados, no t3pico a seguir ser3o demonstrados os resultados das regress3es e o impacto das vari3aveis no desempenho eleitoral dos candidatos.

4.2 RESULTADOS DA REGRESS3O

Como exposto na metodologia, este trabalho utilizou a regress3o log3stica em que foram analisados 7 (sete) modelos. Nesse primeiro momento ser3o expostos os resultados das regress3es, sendo que no subitem 4.3, ser3 realizada a discuss3o dos resultados.

No modelo 1, foram analisados os dados gerais, considerando como vari3avel dependente a elei3o do candidato e como vari3aveis de controle a receita per capita do candidato, o estado civil, o g3nero, a ocupa3o anterior, os bens e o grau de educa3o do candidato, bem como o tamanho do munic3pio e se o candidato fazia parte da legenda do governador ou presidente no ano da elei3o.

Tabela 13 - Regress3o para elei3o municipal (modelo 1)

Vari3avel dependente: Eleito / N3o eleito		
Vari3aveis	Sinal	Coeficiente da vari3avel
Constante	(-)	8.783e-01 ***
Receita per capita	(+)	3.508e-02 ***
Estado Civil Solteiro	(-)	1.245e-01 **
Idade	(-)	2.066e-02 ***
G3nero Masculino	(+)	2.516e-01 ***
Legenda do presidente 1	(-)	1.071e-01 *
Legenda do governador 1	(+)	3.378e-01 ***
Ocupa3o anterior 1	(+)	6.595e-01 ***
Ocupa3o anterior 2	(+)	5.048e-01 **
Ocupa3o anterior 3	(+)	5.554e-01 **
Ocupa3o anterior 4	(+)	6.060e-01 ***
Ocupa3o anterior 5	(+)	3.284e-01
Ocupa3o anterior 6	(+)	5.709e-01 ***
Eleito anteriormente	(+)	9.165e-01 ***
Bens do candidato	(+)	4.293e-09
Grau de educa3o 2	(+)	3.719e-02
Grau de educa3o 3	(+)	1.589e-02
Munic3pio com mais de 200.000 hab.	(-)	5.985e-01 ***
Nordeste	(+)	3.113e-01 ***
Sul	(+)	3.951e-01 ***
Sudeste	(+)	2.140e-01 ***
Centro Oeste	(+)	8.444e-02

Ano 2012 (-) 1.445e-01 ***

Fonte: Elaboração própria do autor dessa dissertação (2018).

Nota: * significativo a 10%; ** significativo a 5%; *** significativo a 1%

Diante dos resultados, percebe-se que a receita per capita é significativa e positiva, o que reflete a importância da receita do candidato na probabilidade de eleição. Esse resultado converge com os estudos anteriores como de Cervi (2010), Figueireido Filho (2012), Mancuso e Speck (2013), em que o poder econômico pode influenciar o resultado de eleições. Ou seja, o financiamento de campanha impacta diretamente e positivamente no desempenho eleitoral do candidato. Isso reforça a importância do poder econômico na esfera política, conceito básico da TEP e bastante difundido por Buchanan.

Com relação às características do candidato, ser do gênero masculino se mostrou relevante no resultado eleitoral das eleições municipais para prefeito nas eleições de 2008 e 2012. O candidato homem, além de ser maioria em termos de quantidade em relação a mulher, apesar de ser minoria na população brasileira, recebe mais recursos financeiros para sua campanha do que as mulheres, aumentando ainda mais a distância entre o desempenho eleitoral dos gêneros. Fato também observado por Sacchet (2013) que identificou dificuldades da candidata mulher em conseguir recursos para financiar sua campanha, conforme demonstrado na Tabela 10.

O fato de o candidato já ter sido eleito anteriormente a algum cargo público, também se mostrou uma variável positiva e significativa, evidenciando a força do capital político do candidato como fator importante no seu desempenho eleitoral. (MANCUSO; SPECK, 2013). Afinal, ele já é conhecido da população, o que pode demonstrar um comodismo, ou até mesmo um conformismo com a política municipal, por parte da população. E por outro lado, por já conhecer o funcionamento da prefeitura, ser priorizado por mais recursos pelas empresas financiadoras em busca de possíveis benefícios.

A escolaridade, assim como os bens do candidato, apesar de se mostrarem positivas, não resultou em aspectos significativos nesse modelo, não influenciando no desempenho eleitoral.

O candidato pertencer à legenda do presidente também se mostrou significativa, porém de maneira negativa. Isso demonstra que os candidatos a prefeito que eram do partido do presidente do país, na época da eleição, não tiveram bons resultados eleitorais. Já em relação aos candidatos a prefeitos que pertenciam ao partido do governador do estado, obtiveram resultados positivos e significativos. O que é um dado interessante, visto que demonstra ser mais interessante para o candidato ser aliado do governador do que do presidente.

A regressão utilizada na Tabela 14, no modelo 2, considera as mesmas variáveis de controle do modelo 1, que é o modelo geral, porém utiliza como diferencial, apenas candidatos do gênero masculino, excluindo do modelo o gênero feminino. Da mesma forma, na Tabela 14, no modelo 3, considera apenas candidatas, excluindo do modelo o gênero masculino. Desta maneira, é possível realizar uma análise comparativa entre os gêneros com relação a sua eleição conforme Tabela 14.

Tabela 14 - Regressão para eleição municipal homem x mulher

Variável dependente: Eleito / Não eleito	Modelo 2		Modelo 3	
	Sinal	Coeficiente	Sinal	Coeficiente
Variáveis				
Constante	(-)	6.117e-01 **	(-)	6.635e-01
Receita per capita	(+)	3.486e-02 ***	(+)	3.716e-02 ***
Estado Civil Solteiro	(-)	1.354e-01 **	(-)	5.266e-02
Idade	(-)	2.105e-02 ***	(-)	1.511e-02 **
Legenda do presidente 1	(-)	9.713e-02 *	(-)	2.013e-01
Legenda do governador 1	(+)	3.411e-01 ***	(+)	3.088e-01 **
Ocupação anterior 1	(+)	6.771e-01 ***	(+)	1.029e-01
Ocupação anterior 2	(+)	5.176e-01 **	(-)	1.333e-02
Ocupação anterior 3	(+)	5.516e-01 **	(+)	1.603e-01
Ocupação anterior 4	(+)	6.304e-01 ***	(-)	2.012e-01
Ocupação anterior 5	(+)	3.367e-01	(+)	2.386e-01
Ocupação anterior 6	(+)	5.435e-01 **	(+)	2.058e-01
Eleito anteriormente 1	(+)	9.187e-01 ***	(+)	8.966e-01 ***
Bens do candidato	(+)	4.729e-09	(-)	7.988e-08
Grau de educação 2	(+)	4.943e-02	(-)	1.013e-01
Grau de educação 3	(+)	6.664e-03	(+)	2.356e-01
Municípios com mais de 200.000 hab.	(-)	5.886e-01 ***	(-)	6.590e-01 **
Nordeste	(+)	2.857e-01 ***	(+)	4.490e-01 **
Sul	(+)	4.009e-01 ***	(+)	2.894e-01
Sudeste	(+)	2.145e-01 ***	(+)	1.659e-01
Centro Oeste	(+)	8.895e-02	(+)	3.436e-02
Ano 2012	(-)	1.580e-01	(-)	8.853e-03

Fonte: Elaboração própria do autor dessa dissertação (2018).

Nota: * significativo a 10%; ** significativo a 5%; *** significativo a 1%

Os resultados dessas regressões indicam que, no modelo 2, em que só são considerados os candidatos eleitos do sexo masculino, tiveram mais variáveis significativas do que no modelo 3, que só constavam candidatas eleitas do gênero feminino. As variáveis legenda do governador e eleito (a) anteriormente foram semelhantes entre os gêneros, porém com coeficientes maiores para o gênero masculino, com exceção da receita per capita, que o coeficiente estimado foi maior no gênero feminino.

A menor quantidade de variáveis com significância no modelo 3, que só considera candidatas mulheres, sugere a desvantagem da mulher, em relação ao homem, no que concerne ao objetivo de ser eleita prefeita municipal, visto que no modelo 2 em que só são considerados os homens, existem mais variáveis significativas. Ainda em relação ao modelo 3, em que só são consideradas as candidatas, a variável financiamento de campanha, representada pela receita per capita, foi positiva e significativa, indicando também que entre as candidatas, as mulheres que tiveram mais financiamento tiveram um desempenho melhor que as demais. Isso reforça a importância do financiamento das campanhas independentemente do gênero do candidato: homens e mulheres jogam o mesmo jogo no processo eleitoral.

Além disso, a menor quantidade de variáveis significativas para as mulheres pode indicar também a maior importância dos recursos financeiros para as mulheres em relação aos homens. Isto quer dizer que para os homens, sua eleição depende de outras variáveis para ser eleito, tendo a necessidade de dinheiro minimizada por estas outras variáveis, enquanto que para as mulheres, o financiamento mostra-se como a mais importante no desempenho eleitoral. Uma possibilidade para este fato seja o caso de as mulheres serem minoria neste processo, serem menos conhecidas do que os homens, estão na política há menos tempo do que os homens e precisam de maior esforço para tornarem-se conhecidas do público, o que demanda maior investimento por parte delas.

Tabela 15 - Regressão para eleição: Tamanho dos municípios

Variável dependente: Eleito		Modelo 4		Modelo 5	
Variáveis	Sinal	Coefficiente	Sinal	Coefficiente	
Constante	(-)	8.238e-01-01 ***	(-)	2.585e-00 *	
Receita per capita	(+)	3.341-02 ***	(+)	2.602e-01 ***	
Estado Civil Solteiro	(-)	1.274e-01 **	(+)	2.447e-01	
Idade	(-)	2.145e-02 ***	(-)	4.318-03	
Legenda do presidente 1	(-)	1.465e-02 ***	(+)	4.091e-01	
Legenda do governador 1	(+)	3.335e-01 ***	(+)	4.329e-01	
Ocupação anterior 1	(+)	6.559e-01 ***	(+)	2.497e-01	
Ocupação anterior 2	(+)	5.126e-01 **	(-)	2.658e-02	
Ocupação anterior 3	(+)	5.576e-01 **	(+)	1.694e-01	
Ocupação anterior 4	(+)	6.035e-01 ***	(+)	1.252e+00	
Ocupação anterior 5	(+)	3.526e-01	(-)	1.339e+01	
Ocupação anterior 6	(+)	5.727e-01 **	(+)	2.179e+01	
Eleito anteriormente 1	(+)	8.995e-01 ***	(+)	1.561e+01 ***	
Bens do candidato	(+)	3.704e-09	(-)	1.165e-08	
Grau de educação 2	(+)	4.882e-02	(-)	3.088e-01	
Grau de educação 3	(+)	2.811e-02	(-)	4.074e-01	
Gênero Masculino	(+)	2.474e-01 ***	(+)	5.230e-01	
Nordeste	(+)	3.051e-01 ***	(+)	3.677e-01	
Sul	(+)	3.962e-01 ***	(+)	2.297e-01	
Sudeste	(+)	2.120e-01 ***	(+)	1.491e-01	
Centro Oeste	(+)	8.211e-02	(+)	1.585e-01	
Ano 2012	(-)	1.409e-01 ***	(-)	5.058e-01 **	

Fonte: Elaboração própria do autor dessa dissertação (2018).

Nota: * significativo a 10%; ** significativo a 5%; *** significativo a 1%

A variável eleita anteriormente também se mostrou estatisticamente positiva e significativa, indicando que o capital político também é um diferencial importante entre as mulheres. Da mesma forma que a aliança com o governador do mesmo partido também influencia positivamente no desempenho eleitoral delas, assim como a dos homens.

No modelo 4, foi considerado como parâmetro, municípios com população menor que 200.000 habitantes, sendo que no modelo 5 foram considerados os municípios com população superior a 200.000 habitantes, tendo como resultados o que demonstra a tabela 14.

Esse resultado sugere que nos municípios com menos de 200.000 habitantes, as características dos candidatos, incluindo estado civil, idade e ocupação anterior influenciam mais no desempenho eleitoral do que em municípios maiores, traduzindo em maior probabilidade de eleição. Isso pode decorrer da maior proximidade entre os eleitores e o candidato pelo fato de o município ser menor, o que também pode afetar a necessidade de recursos financeiros para a sua campanha: municípios onde os candidatos têm mais proximidade com os eleitores, seja por conhecê-los, seja por ter acesso mais fácil por vias diretas como acesso às residências e caminhadas, tendem a minimizar a necessidade de recursos financeiros, sendo mais relevantes as características dos candidatos. Já nos municípios com população superior a 200.000 habitantes, as variáveis que se mostraram significativas foram a receita per capita arrecadada pelos candidatos e a condição do candidato ter sido eleito alguma vez em cargo público, anteriormente ao pleito.

Percebe-se que o estimador da variável Receita per capita nos municípios maiores de 200.000 habitantes é maior do que o valor do modelo 4 (municípios abaixo de 200.000 habitantes), o que indica que em municípios maiores os candidatos arrecadam mais recursos. Esse fato é atribuído a uma maior profissionalização da campanha, além de o candidato ter que alcançar o maior número de eleitores possível o que demandaria maior necessidade de recursos financeiros (MANCUSO, SPECK, 2013; MOHALLEM, 2015)

Estes resultados divergem dos obtidos por Mancuso, Speck (2013), Speck e Cervi (2016) e Speck e Cervi (2016) em que em municípios maiores, os valores podem ser menores do que em municípios menores, o que parece inconsistente ainda que os argumentos dos autores pareçam consistentes. Entretanto parece mais lógico que em municípios maiores os gastos da campanha em todas as áreas parecem maiores que em municípios menores.

Com relação aos candidatos que já foram eleitos anteriormente, é interessante notar que o coeficiente do modelo com municípios com mais de 200.000 habitantes, é superior ao modelo 4 que é dos municípios menores. Esse achado, também foi encontrado no trabalho de Mancuso e Speck (2013), em relação às eleições municipais de 2012 para as prefeituras brasileiras. Para esses autores, apesar de a

vantagem de ter sido eleito anteriormente aumentar a chance de o candidato ser eleito conforme aumenta o tamanho da população do município, é a partir dos municípios com população superior a 200.000 habitantes que essa vantagem alcança seu auge. Portanto, convergindo com os resultados encontrados nos modelos 4 e 5.

Entretanto, com relação ao gênero dos candidatos, ao contrário do achado de Mancuso e Speck (2013), em que as candidatas mulheres obtiveram resultados melhores nos pequenos municípios na eleição de 2012, o resultado obtido para as eleições juntas de 2008 e 2012, é que nos municípios com até 200.000 habitantes, o fator gênero masculino foi positivo e significativo, porém nos municípios com população acima de 200.000 habitantes, esse resultado não foi significativo, conforme Tabela 15, modelo 5.

A variável legenda do governador obteve um resultado significativo e positivo nos municípios com população inferior a 200.000 habitantes. Esse resultado demonstra um maior interesse de alinhamento entre essas prefeituras e o governo estadual, talvez por necessitar de mais auxílios e ter menos recursos para se manterem. Além disso, pode ser pelo fato de o eleitor se sentir mais representado por quem mais perto.

Entretanto, com relação à variável legenda do presidente nos municípios com população menor que 200.000 habitantes, o resultado obtido foi que apesar de significativo, ser da legenda do presidente se mostrou negativo. Portanto, desfavorável ao candidato, o que pode sinalizar o distanciamento dessas cidades menores com o governo federal. Já em relação aos municípios com população superior a 200.000 habitantes, essa variável não foi significativa, o que pode demonstrar uma sensação do eleitor em perceber uma certa capacidade de o próprio município de dar conta de suas demandas, sem necessidade do governo federal (MOHELLEM, 2015).

O sexto modelo de regressão é apresentado pela Tabela 16 e considera a interação das variáveis Receita / Enem.

Tabela 16 - Regressão para eleição: Interação Receita / Enem

Variável dependente Eleito / Não eleito	Modelo 6	
	Sinal	Coefficiente da variável
Constante	(-)	8.425e-01 ***
Receita per capita	(+)	4.750e-02 ***
Enem	(-)	4.957e-04 *
Estado civil Solteiro	(-)	1.3122e-01 **
Idade	(-)	2.074e-02 ***
Gênero Masculino	(+)	3.553e-01 ***
Legenda do Presidente	(-)	7.206e-02
Legenda do Governador	(+)	3.390e-01 ***
Ocupação anterior 1	(+)	5.686e-01 **
Ocupação anterior 2	(+)	4.221e-01 *
Ocupação anterior 3	(+)	4.969e-01 *
Ocupação anterior 4	(+)	4.814e-01 *
Ocupação anterior 5	(+)	3.267e-01
Ocupação anterior 6	(+)	4.512e-01 *
Eleito anteriormente	(+)	9.486e-01 ***
Bens do candidato	(+)	9.599e-09 *
Grau de educação 2	(+)	1.786e-02
Grau de educação 3	(-)	1.244e-02
Município com mais de 200.000 hab.	(-)	4.786e-01 ***
Nordeste	(+)	3.735e-01 ***
Sul	(+)	4.675e-01 ***
Sudeste	(+)	2.680e-01 ***
Centro Oeste	(+)	5.720e-02
Ano 2012	(-)	2.296e-01 ***
Receita per capita / Enem	(+)	4.386e-05

Fonte: Elaboração Própria do autor dessa dissertação (2018)

Nota: * significativo a 10%; ** significativo a 5%; *** significativo a 1%

O nível de educação medido pelo Enem influencia o resultado da eleição (eleito/não eleito). Além disso, após fazer a interação entre duas variáveis regressoras, financiamento e Enem, respectivamente, os dados parecem mostrar que a educação afeta a relação entre financiamento e resultado eleitoral.

Os dados indicam que, na interação entre as variáveis Receita de financiamento e nível de educação medido pela nota média do ENEM do município, a variável do financiamento sofre alteração, sugerindo que em municípios nos quais o nível de educação medido pelo Enem seja mais elevado, o impacto do valor do financiamento das campanhas tende a ser diminuído. O coeficiente da variável Receita per capita (4.750e-02) antes da interação passa a (4.386e-05), menor do que antes da interação.

A escolaridade do eleitor pode ser importante para a democracia na medida em que consegue dar ao cidadão maior capacidade de discernimento sobre os candidatos e suas propostas de campanha, inclusive para verificar a viabilidade dessas propostas. Neste aspecto, em sociedades mais desenvolvidas em termos de escolaridade, os candidatos deveriam precisar de menor quantidade de recursos financeiros, já que essas sociedades tendem a ser menos factível de ser iludida pelas campanhas eleitorais, obrigando os candidatos a serem mais honestos no que se referem às suas propostas, o que poderia reduzir os custos de campanha.

O modelo 7 da regressão faz a interação das variável receita per capita com o Pib per capita e seu resultado é demonstrado na Tabela 17.

Tabela 17- Regressão para eleição: Interação Receita Per capita / Pib Per capita

Variável dependente Eleito / Não eleito		Modelo 7
Variáveis	Sinal	Coeficiente
Constante	(-)	7.494e-01 ***
Receita Per capita	(+)	1.905e-02 ***
Pib Per capita	(-)	1.226e-05 ***
Estado civil solteiro	(-)	1.259e-01 **
Idade	(-)	2.069e-02 ***
Gênero masculino	(+)	2.505e-01 ***
Legenda do Presidente	(-)	1.110e-01 **
Legenda do Governador	(+)	3.354e-01 ***
Ocupação anterior 1	(+)	6.583e-01 ***
Ocupação anterior 2	(+)	5.034e-01 **
Ocupação anterior 3	(+)	5.517e-01 **
Ocupação anterior 4	(+)	5.942e-01 ***
Ocupação anterior 5	(+)	3.236e-01
Ocupação anterior 6	(+)	5.775e-01 ***
Eleito Anteriormente	(+)	9.147e-01 ***
Bens co Candidato	(+)	3.837e-09
Grau de educação 2	(+)	2.936e-02
Grau de educação 3	(+)	4.153e-03
Município com mais de 200.000 hab.	(-)	5.054e-01 ***
Nordeste	(+)	2.888e-01 ***
Sul	(+)	4.497e-01 ***
Sudeste	(+)	2.542e-01 ***
Centro Oeste	(+)	1.033e-01
Ano 2012	(-)	1.117e-01 ***
Receita Per capita / Pib Per capita	(+)	1.194e-06 ***

Fonte: Elaboração Própria do autor dessa dissertação (2017).

Nota: * significativo a 10%; ** significativo a 5%; *** significativo a 1%

O resultado encontrado no modelo 7 sugere que com a interação entre a receita per capita e o Pib per capita, reduz-se a necessidade de recursos financeiros já que o coeficiente da interação é menor. Receita per capita $\beta= 1.558e-02$ e com interação $\beta=1.119e-06$. Isso pode significar que em municípios em que o PIB é maior, o valor do financiamento pode ser menor porque pode ser que os cidadãos sejam menos propensos a receber favores financeiros dos candidatos, talvez por depender menos do governo e atuarem mais na economia do mercado livre. Então, sendo assim, uma forma de minimizar o poder econômico dos candidatos é melhorar as condições econômicas da população, pois minimizaria suas demandas junto aos candidatos.

4.3 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Como se observou no capítulo 2, com relação às eleições de 2008 e 2012, pouco se alterou em relação às formas de financiamento de campanhas para esses pleitos. Isso refletiu nos dados exibidos e os resultados obtidos das regressões, que mostraram que o poder econômico influenciou o processo eleitoral dos municípios brasileiros nas eleições de 2008 e 2012. Os resultados das regressões em todos os modelos testados indicaram relação positiva e significativa entre financiamento da campanha e desempenho eleitoral, indicando se o candidato foi eleito ou não. Apesar da variação do efeito da variável financiamento de campanha sobre o desempenho eleitoral, fica claro que nas eleições de prefeitos no Brasil nas eleições analisadas, os recursos financeiros são determinantes no sucesso do candidato.

Por outro lado, como foram testados sete modelos de regressão, foi possível verificar que o financiamento de campanha ou os valores utilizados pelos candidatos sofrem influência de outras variáveis, a exemplo do gênero, tamanho do município, relação com a escolaridade do município, indicando que é possível estudar os efeitos desta variável considerando os efeitos de outras no processo eleitoral.

Os dados empíricos aqui observados evidenciaram que os políticos continuam sua busca pelo financiamento de campanha, pois esse financiamento realmente lhes fornece vantagens sobre os concorrentes com baixo investimento para suas campanhas (SACCHET, 2013, p. 100). Mohallen (2015) converge nessa linha de

pensamento, já que afirma que o acesso desigual de financiamento de campanha durante o período eleitoral, permite o aparecimento de espaços exclusivos de acesso ao poder e que com pouco financiamento de campanha fica extremamente difícil o candidato se eleger.

Cervi (2013), em seu trabalho sobre as eleições de 2008 e 2012 para prefeito nas capitais brasileiras, também concluiu que os candidatos que declararam maior volume de recursos tiveram desempenho eleitoral melhor, resultado que está em consonância com os resultados obtidos nessa dissertação. Nesse sentido, Lima (2012) afirma que os políticos almejam conseguir mais recursos para suas campanhas, que como mostrado nos resultados das regressões, aumentam suas chances de vitória, além dos ganhos financeiros e status obtido. Reforçando assim a característica do auto interesse dos políticos, um dos pressupostos de TEP.

Dessa forma, os políticos utilizam os recursos do financiamento de campanha para influenciar os eleitores mal informados a votarem de acordo com seus interesses, seja com falsas promessas, ou crises inventadas (DOWNS, 1957; CRUZ, 2011.). Aproveitam do pouco conhecimento de boa parte dos eleitores e optam por propostas que maximizem seus votos, restringem a transparência e iludem seus eleitores (LIMA, 2012; EHRHART, 2013). Assim, esses políticos, durante suas campanhas eleitorais, dão mais ênfase a assuntos que os eleitores tem maior conhecimento, com o intuito de angariar o maior número de votos (TULLOCK *et. al.*, 2005).

Esse fato demonstra que apesar da teoria da escolha pública ter se desenvolvido na década de 1960, algumas de suas características ainda se fazem presentes nas eleições recentes, como a influência econômica na esfera política (BUTLER, 2014). O auto interesse dos políticos em maximizar seus votos foi observado neste trabalho, visto que os candidatos que conseguiram captar mais recursos para suas campanhas tiveram um desempenho eleitoral melhor.

Tendo em vista que um maior financiamento de campanha ajuda no desempenho eleitoral, a conquista desses recursos com os financiadores tende a uma reciprocidade de atividades ou decisões que beneficiem esses financiadores, após a conquista do cargo público por parte desses candidatos. Essas atividades de uso de

recursos por parte dos grandes financiadores com o propósito de obter ganhos, tal como monopólios, tarifas protecionistas, zoneamento especial, acabam trazendo um valor social negativo para a população em geral, e também foi identificada na TEP (CRUZ, 2011). Dessa forma, os políticos após eleitos, favorecem seus financiadores com decisões benéficas a eles, imputando em muitas situações os custos sobre o restante da população, seja através do aumento de impostos, ou restrição de competição, como maior rigor para conseguir registro profissional, pelos conselhos profissionais, por exemplo, ou subsídios a montadoras de automóveis locais, prejudicando a competição com montadoras de outras localidades. (BUTLER, 2014).

Essa troca de favores entre financiadores e candidatos financiados, segundo Bernabel (2009) é uma das principais contribuições metodológicas da TEP, para explicar a política. Dias (2009) também enfatiza a troca de votos por políticas, mostrando que o que está realmente se discutindo na política são interesses privados e não da coletividade em geral. Butler (2014) também converge nesses argumentos, em que ele afirma que grupos de interesses se empenham em financiar políticos com intuito destes representarem seus interesses. Situação de troca de favores e influência financeira nos processos decisórios já identificados por Buchanan (1965).

Isso retoma outra característica da teoria da escolha pública, que é a do grupo de interesses. Cervi (2013) ao separar as fontes de financiamento entre pessoas físicas e jurídicas nas eleições das capitais brasileiras de 2008 e 2012, concluiu que as campanhas com predomínio de doações de pessoas jurídicas tenderam a vencer as eleições de 2008. Por outro lado, também concluiu que nas eleições de 2012, as doações feitas pelos partidos políticos foram mais cruciais nas eleições dos candidatos. O autor credencia isso ao fato do melhoramento dos mecanismos de controle após as eleições de 2008, o que fez com que muitos doadores, especialmente as empresas transferissem os recursos para os diretórios partidários, ao invés de transferir diretamente para os candidatos.

Apesar de em 2012 os maiores financiadores serem os partidos, ficou revelada a origem de boa parte dos recursos, ou seja, as empresas. Dessa forma manteve o continuísmo de as empresas financiarem campanhas a espera da contrapartida dos candidatos eleitos financiados diretamente ou indiretamente por elas. Forma-se

assim, um ciclo em que esses políticos atuam como intermediários, negociando políticas favoráveis aos grandes financiadores como forma de retribuição pelo financiamento, de acordo com a TEP (DIAS, 2009, p. 205).

Um exemplo disso foram as descobertas realizadas durante a operação lava jato, que investiga o pagamento de empresas a diversos políticos, e que evidenciou este conluio entre empresas e financiamento de campanha em troca de favores. O ex presidente da empresa Odebrecht, citada no início dessa dissertação como uma das empresas envolvidas em caso de corrupção e em financiamento de campanha irregulares, Marcelo Odebrecht, após afirmar em seu depoimento ao Ministro Hernan Benjamin (corregedor-geral eleitoral), que disponibilizou R\$ 150 milhões de reais para a campanha de Dilma e Temer para a presidência do país, diz:

Nesse caso desses cento e cinquenta, tem um detalhe específico que é o seguinte: cinquenta milhões, desses cento e cinquenta, de fato, veio em cima de um pedido, de uma contrapartida específica, de um tema que é de dois mil e nove. Então, em 2009 houve, de fato, para esse caso, uma contrapartida específica para a aprovação de um projeto de lei que atendia a várias empresas - não sei se outras empresas foram solicitadas, mas, no nosso caso, durante a ne .. . a transi. .. a negociação do projeto de lei, houve esse pedido de cento e cinquenta. E esses cinquenta milhões vieram com um pedido para a campanha de dois mil e dez. Só que acabou não indo para a campanha de 2010, não sendo utilizado na campanha de 2010, e acabou sendo utilizado na campanha de dois mil e quatorze. (ODEBRECHT, 2017, p.11).

O trecho acima destacado coaduna com o que descrevem Buchanan e Tullock (1995) ao afirmarem que os grupos de interesse têm interesse no processo eleitoral, financiando os políticos porque podem obter favores na adoção de legislações favoráveis a atuação destes grupos. A descrição acima na qual o presidente da Odebrecht afirma que dependia da aprovação de um projeto de lei reforça esta afirmativa. Por outro lado, este mesmo comportamento da empresa mencionada descrito por Buchanan e Tullock (1995) tem como consequência o incentivo para que outras empresas sigam o mesmo trajeto. Observando a operação lava jato, percebe-se como isso é a prática comum e a descrição a seguir reforça este aspecto.

A JBS, empresa do ramo alimentício e de porte internacional, também financiou vários políticos e de partidos diferentes como afirmou Ricardo Saud, diretor da JBS, em depoimento à justiça. Ele afirmou que a empresa doou quase R\$ 600 milhões de

reais para 28 partidos e 1.829 candidatos. Em seqüência, diz que a JBS “conseguiu eleger 179 deputados federais de 19 siglas, bancou 28 senadores da República e fez 16 governadores.” (MARIZ; BRESCIANI, 2017). Financiamento a vários políticos e de partidos diferentes com o objetivo de aplicação de seus interesses como afirmou Krause et al (2015) se referindo a grupos de interesses que é um dos pressupostos teoria da escolha pública.

Neste caso, outra característica dos grupos de interesse, descrito na teoria da escolha pública, em financiar as campanhas eleitorais é a doação de dinheiro a partidos diferentes no mesmo processo eleitoral descrito por Krause et al. (2015). Isto porque qualquer que seja o resultado das eleições, o grupo de interesse ou a empresa que financiou os candidatos de vários partidos sairá vencedor, não importando quem seja o partido vencedor. Isto revela de fato que não há ideologia política ou bandeira social a defender, mas unicamente os interesses que sustentam as práticas dos financiadores.

Ainda se tratando da teoria da escolha pública, ficou evidenciado que os candidatos do sexo masculino são os que mais se beneficiam dos financiamentos de campanha, assim como são os que geralmente são eleitos. Isso mostra uma preferência dos financiadores de campanha ao optar por investir no candidato do sexo masculino ao invés da candidata do sexo feminino, até porque eles são a grande maioria dos candidatos. Speck (2012) conclui que o financiamento eleitoral explica o baixo rendimento eleitoral das mulheres em sistemas eleitorais de lista aberta de candidatos. Mancuso e Speck (2013) também afirmaram que em sistemas eleitorais majoritários, a seleção interna nos partidos é maior, e com mais homens na disputa, a tendência é que eles sejam a maioria dos escolhidos. Isso se deva talvez ao histórico de que a grande maioria dos atores políticos no Brasil é do sexo masculino e possuem maior capital político em termos de gênero.

Neste aspecto, pensando na concepção da teoria da escolha pública, a partir do que discutem Buchanan (1965), Tullock et al. (2005), Butler (2014), o auto interesse, ou a racionalidade instrumental se materializa já que partidos e financiadores buscam maximizar resultados. E como a maioria de candidatos é de homens e são a maioria dos eleitos, faz sentido, tanto a maior captação de recursos por parte dos homens, quanto a maior quantidade de eleitos.

As características dos candidatos também se mostraram importantes no processo eleitoral. Principalmente em relação ao gênero masculino, como já foi dito anteriormente. O estado civil do candidato também se mostrou estatisticamente significativo para o candidato não solteiro. Resultado obtido no modelo 1, no modelo 2 e no modelo 4. Uma curiosidade é que no modelo 3, em que só se considera as candidatas mulheres, o estado civil não obteve significância, assim como outras características das candidatas mulheres.

No modelo 3, em que se discute apenas o gênero feminino, o resultado merece ser aprofundado em novos estudos. Para as mulheres, apenas, a maioria das variáveis, inclusive individuais, não foi significativa, tendo a variável receita de financiamento praticamente a mais relevante e significativa. Isto pode indicar que as mulheres para serem bem sucedidas no pleito eleitoral dependem mais de recursos financeiros do que os homens. Isto é, a eleição dos homens depende também de outras variáveis, enquanto as mulheres dependem fortemente do financiamento, visto que a variável do financiamento das mulheres se mostrou superior a dos homens. Ou seja, para as mulheres se elegerem, elas precisam ainda mais de recursos do que os homens.

Entretanto, no modelo 5 em que se considera municípios acima de 200.000 habitantes, o estado civil não se mostrou significativo. Da mesma forma que outras características dos candidatos não se mostraram relevantes. Esse resultado sugere que os eleitores das cidades com mais de 200.000 habitantes dão preferência a outros aspectos dos candidatos. Entretanto, o mais relevante neste resultado é que a variável Receita de financiamento mostrou-se com maior coeficiente nos municípios com mais de 200 mil habitantes ($\beta = 2.370e-01$ do que em municípios menores que 200 mil habitantes; $\beta = 2.856e-02$, para os maiores que 200 mil habitantes). Isto indica em primeiro lugar que os custos são mais elevados pelo próprio tamanho do município, já que os candidatos precisam de mais recursos e estratégias para alcançar a totalidade da população.

Por outro lado, nos municípios menores, a proximidade com o eleitorado tende a reduzir a diversidade de estratégias e recursos para atingir a maioria da população e por outro lado, a proximidade dos candidatos com os eleitores reduz também a demanda por recursos financeiros. Estes resultados convergem para os achados de Figueredo Filho (2014), Speck e Cervi (2016) e Mancuso e Speck (2013), que

consideram que de fato em municípios menores, a proximidade com os eleitores reduz a necessidade de grandes somas de recursos para as campanhas eleitorais.

De outro modo, as demandas dos políticos e cidadãos nas cidades maiores tendem a ser também maiores. Nestes, certamente os recursos servem para angariar os apoios de que os candidatos necessitam para obtenção de sucesso nas eleições. Nestes os pressupostos da teoria da escolha pública tendem a ser mais visíveis do que em municípios menores, dado que nos maiores, os retornos para candidatos, eleitores e financiadores tendem a ser maiores, já que o mercado político oferece mais oportunidades para os atores no jogo (PEREIRA, 2007; TULLOCK et al., 2005; BUCHANAN, 1965).

O grau de escolaridade não mostrou significância estatística em nenhum modelo. Assim como os bens dos candidatos não se mostraram estatisticamente significativos. Em relação aos bens dos candidatos, existe um fato curioso e que foi exposto por Abramo (2009) que diz que não é exigência que a declaração patrimonial do candidato no TSE, seja a mesma declarada para a Receita Federal. Ou seja, as declarações podem ser diferentes, o que é um absurdo em termos de transparência.

Da mesma forma, o Enem do município também não se mostrou significativo nas regressões, mas serviu de controle para o resultado final das análises. Entretanto, ao fazer a interação entre Enem e Financiamento, no modelo 6, parece indicar que diminui o impacto do financiamento no desempenho eleitoral. Isso diz que em situações de melhor educação, o financiamento importa menos para obtenção de sucesso nas eleições. Indica que uma forma de melhorar a eleição é melhorar a educação, pois os eleitores mais escolarizados teoricamente têm mais conhecimento e discernimento, o que reduziria a probabilidade de serem enganados com falsas promessas divulgadas em suas campanhas, com os recursos financeiros do financiamento. Isto estaria de acordo com a discussão de Figueiredo Filho et al (2014) que refletem que o efeito dos gastos sobre os votos depende de variáveis contextuais, entre elas o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH). É possível que em municípios com maiores níveis de desenvolvimento, os oportunismos políticos sejam mais facilmente percebidos e combatidos.

O fato de o candidato já ter sido eleito anteriormente em algum cargo público, também se mostrou favorável ao candidato. Esse coeficiente se mostrou estatisticamente positivo e significativo em todos os modelos. Isso também foi observado por Speck (2012), que demonstrou em seu trabalho que candidatos que já foram eleitos anteriormente têm mais capital político e conseguem arrecadar mais recursos para as suas campanhas e conseqüentemente conseguem mais votos.

Araújo *et al.* (2015), em convergência com Speck (2012), encontraram em suas análises que o capital político tem efeito positivo e estatisticamente significativo sobre desempenho eleitoral e de maior capacidade de atrair recursos para a sua campanha, o que lhes dá vantagem no processo eleitoral. Outra vantagem que pode ser explorada a partir da teoria da escolha pública, baseada no auto interesse e na racionalidade do candidato, é descrito por Cherrier e Fleury (2017), que consideram que candidatos à reeleição podem promover reduções de tributos de segmentos de empresas potenciais financiadoras de suas campanhas a fim de obter mais recursos de campanha o que favorecerá seu desempenho na eleição.

Por fim, considerando a interação Receita per capita com Pib per capita, os municípios com maiores Pib per capita se mostraram menos impactados com o financiamento de campanha do que os municípios com Pib per capita menor. Esse resultado converge com a idéia que sociedades mais ricas são menos dependentes do governo e dos favores dos candidatos e dessa forma o financiamento de campanha seria menos influente do que nos municípios menos ricos. Estes resultados podem ser considerados semelhantes aos achados por Figueiredo *et al.* (2014) ao considerar os efeitos do contexto local sobre a relação entre o desempenho dos candidatos e o financiamento das campanhas. Nestes achados, pode-se destacar a possibilidade de refletir sobre outra forma de minimizar o oportunismo destacado na teoria da escolha pública, já que sociedades mais ricas e mais desenvolvidas são menos propensas a manipulação e venda de votos.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O financiamento de campanha efetivamente importa para o resultado da eleição municipal para as prefeituras brasileiras nas eleições de 2008 e 2012. Isso foi demonstrado nas regressões realizadas e reforça trabalhos anteriores que identificaram a força do poder econômico no desempenho eleitoral dos candidatos nos mais diversos pleitos como para deputados (MARCELINO, 2010), senadores (CAVALCANTE, 2011), vereadores (HEILER, 2011), presidente (CARRREIRÃO, 2000) e prefeitos (CERVI, 2013).

Isso ratifica a importância de se debater sobre o assunto, visto que esse fator influencia mais do que as características dos candidatos, seus bens, sua escolaridade e até mesmo suas propostas para o eleitorado em geral. Com recursos disponíveis, os candidatos têm uma margem maior para manipular os eleitores, divulgando seu nome para um maior número de pessoas e assim obter um maior número de votos e conseqüentemente, serem eleitos, reforçando, dessa forma, um dos pressupostos da Teoria da Escolha Pública.

Sendo assim, este trabalho contribuiu para um maior esclarecimento quanto ao poder econômico, executado através do financiamento de campanha e sua influência no resultado eleitoral municipal para as prefeituras brasileiras nos anos de 2008 e 2012. Através dos dados e análises estatísticas realizadas foram demonstrados como a organização de atores detentores de grandes recursos financeiros, também conhecidos com grupos de interesses, manipulam o processo eleitoral realizado no país.

Com isso, o objetivo geral dessa dissertação foi alcançado, demonstrando que a relação entre o financiamento de campanha e desempenho eleitoral existe, é influente e impacta no resultado das eleições. Dessa forma, os políticos que tiveram os maiores financiamentos de campanha tenderam a vencer as eleições, ressaltando, deste modo, a importância da arrecadação de recursos para as suas campanhas. Resultado que converge com a teoria da escolha pública no sentido de que o poder econômico influencia o processo eleitoral (BUCHANAN, 1965; BUTLER, 2014).

Os objetivos específicos também foram obtidos, começando pela influência do gênero em relação ao financiamento e desempenho eleitoral. Os homens obtiveram resultados eleitorais melhores do que as mulheres, além de serem a grande maioria dos candidatos, resultado que está em consonância com Sacchet e Speck (2012). Da mesma forma, a maior parte do valor do financiamento das eleições de 2008 e 2012 foi destinado para eles. Outro fato interessante é os resultados também demonstrarem que as mulheres são mais dependentes do financiamento de campanha do que os homens, visto que elas tiveram menos variáveis significativas do que eles. Além disso, entre as candidatas, as mulheres que tiveram mais financiamento de campanha também tiveram desempenho eleitoral melhor do que as demais candidatas.

Outro objetivo específico que teve êxito foi o fato de o candidato que já tinha sido eleito anteriormente ter vantagem sobre os demais. Tanto no quesito de financiamento de campanha quanto no desempenho eleitoral, os candidatos já experimentados em cargos eletivos, se mostraram com maior potencial de arrecadar recursos para as suas campanhas, bem como de saírem vitoriosos nas eleições, resultado que converge com Mancuso e Speck (2013).

O terceiro objetivo específico foi verificar se as características dos candidatos afetavam a relação do financiamento de campanha e eleição. O que se verificou foi que algumas características dos candidatos se mostraram significativas com ser homem, não ser solteiro, ocupação anterior e já ter sido eleito anteriormente. Por outro lado, também se verificou que em municípios com população acima de 200.000 habitantes, essas características dos candidatos se revelaram de forma diferente. Apenas o fato do candidato ser eleito anteriormente em cargo público teve resultado significativo.

Dessa forma o financiamento de campanha, assim como o fato de o candidato já ter sido eleito anteriormente foram às variáveis que se mostraram significativas em todos os modelos. Contudo, esses candidatos que já haviam sido eleitos anteriormente, também arrecadaram mais recursos para as suas campanhas, revelando que o financiamento de campanha é um fator crucial para o sucesso eleitoral.

Uma principal contribuição deste trabalho é que os modelos de regressão utilizados neste trabalho também trouxeram informações interessantes, como o fato de que nos municípios com PIB per capita maior, bem como os municípios com a população mais escolarizada, os recursos de financiamento são menos relevantes para o desempenho eleitoral. Isto sugere que em municípios mais ricos e escolarizados, os eleitores são menos sugestionáveis por ações questionáveis dos políticos durante a campanha eleitoral.

Uma das limitações desse trabalho foi não obter os dados referentes aos recursos financeiros realizados em forma de doações ilegais, também popularmente conhecido de “caixa 2”. Essa informação seria importante, pois daria a real dimensão dos gastos com as campanhas realizadas no Brasil. No entanto, devido à dificuldade de rastrear esses recursos, bem como ter acesso às informações dos valores comprovadamente utilizados em doações ilegais, esse trabalho utilizou os dados financeiros oficiais disponibilizados no sitio do TSE. Dados esses, que mesmo sem contabilizar os valores escusos, servem para nortear e identificar o poder financeiro nas eleições municipais.

É salutar salientar que no ano de 2017 foi aprovada uma lei em que diz que as campanhas serão financiadas com dinheiro público, como uma tentativa de inibir, ou pelo menos diminuir as diferenças entre os candidatos e a influências do poder econômico nas eleições. Especialmente após as constantes descobertas de influência de grandes empresas no processo eleitoral e na própria condução do governo.

No entanto, esse recurso público que será destinado ao financiamento de campanhas, sairá dos impostos pagos pelos contribuintes, apesar de o país passar por um sério problema em suas contas públicas. Além disso, essa nova forma de financiamento não inviabiliza doações ilegais, devido à dificuldade de rastreamento desses valores escusos, fato citado no trabalho de Almeida *et al.* (2016) que em sua pesquisa identificou que das 11 empresas que doaram mais de 1 milhão de reais nas campanhas de 2008 e 2012, apenas uma empresa e no exercício de 2008, declarou esses gastos em seus informes contábeis oficiais.

Como forma de ampliar os estudos, seria interessante realizar pesquisas com a separação das fontes de recursos público e privado de financiamento em relação a essas eleições. Com isso e utilizando a eleição municipal de 2016, poderia obter informações mais detalhadas sobre a distribuição do financiamento eleitoral além de poder mensurar três eleições consecutivas.

REFERÊNCIAS

ABRAMO, Cláudio Weber. **Candidatos mentem à justiça eleitoral**. Relatório Transparência Brasil. 2009. Disponível em: <<http://www.excelencias.org.br/docs/doa2008.pdf>>. Acesso em: 4 fev. 2017.

_____. **Poder econômico e financiamento eleitoral no Brasil – Parte 1: Custo do voto**. Transparência Brasil, 2014. Disponível em <http://www..excelencias.org.br/docs/custo_do_voto.pdf>. Acesso em: 1 abr. 2017.

ALMEIDA, Jardson Edson Guedes da Silva et al. Financiamento de partidos políticos nas eleições de 2008 e 2012: análise das empresas doadoras. **Cadernos Gestão Pública e Cidadania**, [S.l.], v. 21, n. 68, abr. 2016. ISSN 2236-5710. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/cgpc/article/view/48758>>. Acesso em: 21 fev. 2017. doi:<http://dx.doi.org/10.12660/cgpc.v21n68.48758>.

ALMEIDA, Maria Hermínia Tavares de; CARNEIRO, Leandro Piquet. Liderança local, democracia e políticas públicas no Brasil. **Opinião Pública**, Campinas, v. IX, n.1, p. 124-147, 2003.

ALSTON, L. et al. 2016. Why countries transition: the case of Brazil, 1964-2016. **Atlantic Economic Journal**, v. 44, n. 2, jun. 2016. p. 197-224. DOI 10.1007/s11293-016-9498-2.

ARAGÃO, Murillo de. **Reforma política: o debate inadiável**. 1. ed. Rio de Janeiro: José Olímpio, 2014.

ARAÚJO, Vitor; SILOTTO, Grazielle; CUNHA, Lucas Rodrigues. Capital político e financiamento eleitoral no Brasil: uma análise empírica da estratégia das empresas na alocação de recursos de Campanha. **Teoria e Sociedade**, n. 23, p. 126-158, jul.-dez. 2015.

ARVATE, Paulo; FIRPO, Sergio; PIERI, Renan. Future electoral impacts of having a female mayor. **Bras. Political Sci. Rev.**, São Paulo, v. 11, n. 2, 2017.

BACKES, Ana Luiza. **Legislação sobre financiamento de partidos e de campanhas eleitorais no Brasil, em perspectiva história**. Brasília: Consultoria legislativa da Câmara dos Deputados, 2001.

_____. **Financiamento de campanhas eleitorais**. Brasília: Consultoria legislativa da Câmara dos Deputados, 2014.

BERNARDI, Jorge. **A organização municipal e a política urbana**. Curitiba: Ibpex, 2007, 424p.

BIRNFELD, Março Antonio. **Quem paga a conta do horário eleitoral gratuito?** Disponível em: <<http://espaco-vital.jusbrasil.com.br/noticias/3182837/quem-paga-a-conta-do-horario-eleitoral-gratuito>>. Acesso em: 21 jul. 2017.

BOBBIO, Norberto. **O futuro da democracia**. 11. ed. Tradução de Marco Aurélio Nogueira. São Paulo: Paz e Terra, 2009.

BORGES, André. Democracia vs. eficiência: a teoria da escolha pública. **Lua Nova [online]**, n.53, p.159-179, 2001. ISSN 0102-6445. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/S0102-64452001000200008>>. Acesso em: 1 jun. 2017.

BOURDOUKAN, Adla Youssef. **O bolso e a urna: financiamento político em pesquisa comparada**. 2009. Tese (Doutorado)- Universidade de São Paulo. São Paulo, 2009.

BRASIL. Lei nº 5.682, de 21 de julho de 1971. Lei Orgânica dos Partidos Políticos. **Diário Oficial da União**, 21 jul. 1971 e retificado em 23 jul. 1971. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/1970-1979/L5682.htm>. Acesso em: 5 jan. 2017.

_____. **Lei nº 13.165, de 29 de setembro de 2015**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/l13165.htm. Acesso em: 3 jan. 2017.

_____, **Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 2007**. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9504.htm. Acesso em: 4 jan. 2017.

_____. **Lei nº 8.713, de 30 de setembro de 1993**. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8.713.htm. Acesso em: 4 jan. 2017.

_____. **Lei nº 12.891 de 11 de dezembro de 2013**. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L12891.htm. Acesso em: 4 jan. 2017.

_____. **Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988.

BUCHANAN, J. M.; TULLOCK, G. **The calculus of consent: the logical foundations of constitutional democracy**. Michigan: The University of Michigan Press, 1965.

BUGARIN, Mauricio; PORTUGAL, Adriana. **Financiamento Público e Privado de campanhas eleitorais: o bem-estar social decorrente da participação eleitoral**. [S.l.]: Anpec, 2010.

BUTLER, Eamonn. **Escolha pública: um guia**. [S.l.]: Libertarianismo, 2014.

CAETANO, Luís Mário Leal Salvador. Sobre o financiamento público das campanhas eleitorais. **Revista de Direito da UERJ**, v.2, n 22, jul./dez. 2012.

CAMPOS, H. A. Falhas de mercado e falhas de governo: uma revisão da literatura sobre regulação econômica. **Prismas: Dir., Pol. Publ. e Mundial.**, Brasília, v. 5, n. 2, p. 281-303, jul./dez. 2008.

CARRERÃO, Yan Souza. **A decisão do voto nas eleições presidenciais no Brasil (1989 a 1998): a importância do voto por avaliação de desempenho.** 2000. Tese (Doutorado)- Universidade de São Paulo - USP. São Paulo, 2000. Disponível em: <http://repository.usp.br/single.php?_id=001121450> Acesso em: 29 maio 2017.

CASTELLS, Manuel. **Comunicación y poder.** Barcelona: Alianza Editorial, 2009.

CAVALCANTE, Carlos Vinícios de Oliveira. **O custo da democracia: o financiamento privado das campanhas para o senado em 2010 e suas implicações à competição política.** 2011. Dissertação (Mestrado)-[S.l.]: [s.n.], 2011.

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**, n.4, p. 135-167, 2010.

_____. Doações de campanha e desempenho eleitoral: uma análise comparativa sobre as eleições para prefeitos de capitais brasileiras em 2008 e 2012. **Revista de Discentes de Ciência Política da UFSCAR**, v. 1, n. 1, 2013.

CHERRIER, Béatrice; FLEURY, Jean-Baptiste. Economists' interest in collective decision after World War II : a history. **Public choice**, v.72, jul. 2017.

CODATO, Adriano; CERVI, Emerson; PERISSINOTTO, Renato. Quem se elege prefeito no Brasil? Condicionantes do sucesso eleitoral em 2012. **Cadernos Adenauer**, v.14, n.2, 2013.

COSTA, Giovanni Pacelli Carvalho Lustosa da et al. As escolhas públicas orçamentárias federais no PPA 2008-2011: uma análise da perspectiva do modelo principal-agente. **Rev. Adm. Pública**, Rio de Janeiro , v. 47, n. 5, p. 1089-1116, out. 2013. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-76122013000500002&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 1 jul. 2017.

CRUZ, Antônio Augusto Bello Ribeiro da. Teoria da escolha pública - uma visão geral de seus elementos sobre a ótica de Gordon Tullock em sua obra "Government Failure". **Revista Virtual**, v. 9, Ano 2011.

DIAS, Marco Antônio. James Buchanan e a "política" na escolha pública. **Ponto-e-vírgula**, v.6, p. 201-217, 2009. Disponível em: <<http://revistas.pucsp.br/index.php/pontoevirgula/article/viewFile/14047/10349>> Acesso em: 27 fev. 2017.

DOWNS, Anthony. **Uma teoria econômica da democracia.** São Paulo: Edusp, 1999 [1957].

EHRHART, Helene. Elections and the structure of taxation in developing countries. **Public Choice**, v.156, p.195–211, 2013.

FALCÃO, Joaquim. **Reforma eleitoral no Brasil: Legislação, democracia e internet em debate.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2015.

FÁVERO, Luiz Paulo et al. **Análise de dados: modelagem multivariada para a tomada de decisões**. Rio de Janeiro: Campus, 2009.

FELISBINO, Riberti de Almeida; BERNABEL, Rodolpho Talaisys; KERBAUY, Maria Teresa Miceli. Somente um deve vencer: As bases de recrutamento dos candidatos à prefeitura das capitais brasileira em 2008. **Rev. Sociol. Polít.**, Curitiba, v. 21, n. 41, p. 219-234, fev. 2012

FIGUEIRA, Cleonis Viater. **Modelos de regressão logística**. 2006. Dissertação (Mestrado em Matemática)- Programa de Pós-graduação em matemática do Instituto de Matemática Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2006.

FIGUEIREDO FILHO, D. B. et al. **Onde o dinheiro tem mais vez: gastos e votos nas eleições municipais 2012**. Newark, DE : Latin American Studies Program, University of Delaware, 2014.

_____. **Gasto de campanha, níveis de pobreza e resultados eleitorais no Brasil**. 2012. Tese (Doutorado)- Universidade Federal de Pernambuco – UFPE. 2012.

_____. Regulação eleitoral e financiamento de campanha: uma breve revisão teórica. **Revista Três Pontos**, Belo Horizonte, v. 2, n. 2, p. 63-70, 2005.

FLESCHER, David. As eleições municipais no Brasil: uma análise comparativa (1982-2000). **Opinião Pública**, Campinas, v.8, n.1, p.80-105, 2002.

FRANCO, Luciane Maria Gonçalves. **Evidências do Electoral Budget Cycle (EBG): uma análise do endividamento público e das receitas de convênios dos municípios do Estado do Paraná**. 2011. Dissertação (Mestrado)- Universidade Federal do Paraná. 2011.

GUIMARÃES, Maria Helena. **Economia política do comércio internacional : teorias e ilustrações**. São João do Estoril: Cascais, 2005.

HEILER, Jeison Giovani. Democracia: **O jogo das incertezas x financiamento de campanhas. Uma análise das prestações de contas das campanhas de vereadores de Santa Catarina**. 2011. Dissertação (Mestrado)-Universidade Federal de Santa Catarina. 2011. Disponível em:
<<http://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/94710>> Acesso em:1 jun. 2017.

HEILER, Jeison Giovani; VIANA, João Paulo Saraiva Leão; SANTOS, Rodrigo Dolandeli dos. O custo da política subnacional: a forma como o dinheiro é gasto importa? Relação entre receita, despesas e sucesso eleitoral. **Opinião Pública**, v.22, n.1, p.56-92, 2016.

KERBAUY, Maria Teresa Miceli. As eleições municipais de 2008: Federações. **Perspectivas**, São Paulo, v. 35, p. 15-33, jan./jun. 2009.

KRAUSE, Silvana; REBELLO, Maurício Michel; SILVA, Josimar Gonçalves da. O perfil do financiamento dos partidos brasileiros (2006-2012): o que as tipologias dizem? **Revista Brasileira de Ciência Política**, n.16, p. 247-272, jan.-abr. 2015.

LEISTER, Ana Carolina Corrêa da Costa. **Social Choice e Public Choice: o problema da agregação e o cálculo das regras de decisão coletiva como fórmulas de alocação/ distribuição de recursos**. 2005. Tese (Doutorado)- Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas. Universidade de São Paulo - USP. São Paulo, 2005.

LIMA, Edilberto Carlos Pontes. A democracia e seus problemas: breves notas à luz da teoria da escolha pública. **Revista Controle**, p.13 – 30, 2012.

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

MANCUSO, W. P.; SPECK, B. W. "O que faz a diferença? Gastos de campanha, capital político, sexo e contexto municipal nas eleições para prefeito em 2012". **Cadernos Adenauer**, v. 14, n. 2, jun. 2013.

_____. Financiamento de campanhas e prestação de contas. **Cadernos Adenauer**, Rio de Janeiro, v. 15, n. 1, p. 135-150, ago. 2014. Disponível em: <<http://www.kas.de/wf/doc/13776-1442-5-30.pdf>>. Disponível em: 10 jan. 2018.

MANHANELLI, Carlos Augusto. **Estratégias eleitorais: marketing político**. 8. ed. São Paulo: Summus, 1988.

MARIZ, Renata; BRESCIANI, Eduardo. **JBS pagou propina para 1.829 candidatos de 28 partidos, afirma delator**. 2017. Disponível em: <<https://extra.globo.com/noticias/brasil/jbs-pagou-propina-para-1829-candidatos-de-28-partidos-afirma-delator-21366165.html>>. Acesso em: 10 jan. 2018.

MENEGUIN, F. B; NERY, P. F. **Tópicos da reforma política sob a perspectiva da análise econômica do Direito**. Brasília: Núcleo de Estudos e Pesquisas/CONLEG/Senado, Março/2015 (Texto para Discussão, n.170). Disponível em: <www.senado.leg.br/estudos>. Acesso em: 1 jun. 2017.

MOHALLEM, Michael Freitas. **Doação ou Investimento? Alternativas ao financiamento desigual de campanhas eleitorais**. [S.l.]: [s.n.], 2015.

MONTEIRO, Jorge Vianna. O lado escuro da escolha pública. **Adm. Pública** [online]. 2007, v.41, n.3, p.585-596, 2007. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/S0034-76122007000300009>>. Disponível em: 2 jun. 2017

NICOLAU, Jairo Marconi. A volatilidade eleitoral nas eleições para a Câmara dos Deputados Brasileira (1982-1994). In: ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS, 22., 1998, Caxambu, MG. **Anais...** 1998.

_____. **Eleições no Brasil: do Império aos dias atuais**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

OLIVEIRA, Tatiana Afonso; APOLINÁRIO, Marcelo Nunes. O financiamento de campanhas eleitorais no Brasil. In: MOSTRA DE TRABALHOS JURÍDICOS CIENTÍFICOS, 8., 2015. **Anais...** 2015.

OLSON, Mancur. **A lógica da ação coletiva**. São Paulo: Edusp, 1999.

ORENSTEIN, L. A. **Estratégia da ação coletiva**. Rio de Janeiro: Revan; UCAM; IUPERJ, 1998.

PEIXOTO, V.M. **Eleições e financiamento de campanhas no Brasil**. 2010. Tese (Doutorado)-Instituto Universitário de Pesquisas do Estado do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2010.

PEREIRA, Paulo Trigo. A teoria da escolha pública (public choice) uma abordagem neoliberal? **Análise Social**, v.32, n.141,1997.

REIS, Daniel Falcão Pimentel. **Financiamento da política no Brasil**. 2010. Dissertação (Mestrado.)-Universidade de São Paulo - USP; Faculdade de Direito. São Paulo, 2010.

ROUSSEAU, Jean Jacques. (1762) **O Contrato Social**. Tradução Paulo neves. Porto Alegre: [s.n.], 2016.

SACCHET, Teresa; SPECK, Bruno W. Financiamento eleitoral, representação política e gênero: uma análise das eleições de 2006. **Opinião Pública**, Campinas, v. 18, n. 1, p. 177-197, jun. 2012.

_____. Democracia pela metade: candidaturas e desempenho eleitoral das mulheres. **Cadernos Adenauer**, v.14, n. 2, p. 85-108, 2013.

SAMPLES, John. Financiamento de campanhas pelo governo: escolha pública e valores públicos. **Revista Think Tank**, ano 8, n. 27, jun./ago. 2004.

SAMUELS, David. Financiamento de campanhas no Brasil e propostas de reforma. **Suffragium**, Fortaleza, v. 3, n. 4, jan./jun. 2007. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.tse.jus.br/xmlui/handle/bdtse/752>>. Acesso em: 23 maio 2017.

SANTOS, Bruno Carazza dos. **Interesses econômicos, representação política e produção legislativa no Brasil sob a ótica do financiamento de campanhas eleitorais**. 2016. Tese (Doutorado)- Universidade Federal de Minas. 2016.

SCHLICKMANN, Denise Goulart; LUBKE, Heloísa Helena Bastos Silva. **Financiamento de campanhas eleitorais: avaliação das proposições apresentadas pelo Tribunal Superior Eleitoral ao Congresso Nacional**. Resenha Eleitoral-Nova Série, v. 15, 2008. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.tse.jus.br/xmlui/handle/bdtse/337>> Acesso em: 3 fev. 2017.

SILVA, Matheus Passos; XAVIER, Allan Ferreira. **O financiamento de campanha eleitoral e a sua influência na representação política**. Brasília: Vestnik, 2014.

SILVA, Marcos Fernandes Gonçalves da. Políticas de governo e planejamento estratégico como problemas de escolha pública. **RAE - Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 36, n. 3, p. 32-41 jul./ago./set. 1996.

SPECK, Bruno W. O financiamento político e a corrupção no Brasil. In: BIASON, R.C. **Temas de corrupção política**. São Paulo: Balão Editorial, 2012.

_____. O financiamento de campanhas eleitorais. In: AVRITZER, Leonardo; ANASTASIA, Fátima. **Reforma Política no Brasil**. Belo Horizonte: UFMG, 2006. p.154-158

_____. A compra de votos – uma aproximação empírica. **Opinião Pública**, Campinas, v. 9, n. 1, p.148-169, 2003.

_____; CERVI, Emerson Urizzi. Dinheiro, tempo e memória eleitoral: os mecanismos que levam ao voto nas eleições para prefeito em 2012. **Dados**, v.59, n.1, p.53-90, 2016.

TONETO JR., Rudinei. Buchanan e a análise econômica da política. **Lua Nova: Revista de Cultura e Política**, 1996

TRINDADE, Fernando. **Financiamento eleitoral e pluralismo político**. Brasília: Consultoria Legislativa do Senado Federal, 2004. Disponível em: <<https://www12.senado.leg.br/publicacoes/estudos-legislativos/tipos-de-estudos/textos-para-discussao/td-4-financiamento-eleitoral-e-pluralismo-politico>>. Acesso em: 31 jan. 2017.

TSEBELIS, George. **Atores com poder de veto: como funcionam as instituições políticas**. Tradução, Micheline Cristophe. Rio de Janeiro: FGV, 2009.

TULLOCK, Gordon; SELDON, Arthur; BRADY, Gordon L. **Falhas de governo: uma introdução à teoria da escolha pública**. Rio de Janeiro: Instituto Liberal, 2005.