

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS
CURSO DE GRADUAÇÃO EM DIREITO

**FINANCIAMENTO DE CAMPANHA ELEITORAL COMO INSTRUMENTO DE
EFETIVAÇÃO DA DEMOCRACIA BRASILEIRA**

ÍTALO GUSTAVO SANTOS DUARTE

SANTA RITA – PB

2017

Duarte , Ítalo Gustavo Santos.

D812f Financiamento de Campanha Eleitoral com Instrumento de Efetivação da democracia brasileira / Ítalo Gustavo Santos Duarte – Santa Rita, 2017. 54f.

Monografia (Graduação) – Universidade Federal da Paraíba.
Departamento de Ciências Jurídicas, Santa Rita, 2017.

Orientador: Profº. Ms. Ulisses da Silveira Job.

1. Financiamento. 2. Campanhas Eleitorais. 3. Democracia. I. Job, Ulisses da Silveira. II. Título.

BSDCJ/UFPB

CDU – 342.8

ÍTALO GUSTAVO SANTOS DUARTE

**FINANCIAMENTO DE CAMPANHA ELEITORAL COMO INSTRUMENTO DE
EFETIVAÇÃO DA DEMOCRACIA BRASILEIRA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Universidade Federal da Paraíba, como parte dos
requisitos para a obtenção do grau de Bacharel em
Direito da referida Instituição.

Orientador: Me. Ulisses da Silveira Job

BANCA EXAMINADORA:

DATA DE APROVAÇÃO: ____/____/____

Prof. Me. Ulisses da Silveira Job (Orientador)

Membro da Banca Examinadora

Membro da Banca Examinadora

SANTA RITA – PB

2017

A Deus, Uno e Trino, o Eu Sou, o Alfa e o Ômega, o princípio e o fim, meu criador e
Salvador.

À minha amada mãe.

Aos verdadeiros amigos.

Aos meus afilhados Ana Livia e João Lucas.

AGRADECIMENTOS

A Deus, que até aqui me sustentou e não permitiu que em meio às várias dificuldades eu esmorecesse. Sou revelação das Sagradas Escrituras: O Senhor é quem te guarda; o Senhor é a tua sombra à tua mão direita. De dia o sol não te ferirá, nem a lua de noite. O Senhor te guardará de todo o mal; ele guardará a tua vida. O Senhor guardará a tua saída e a tua entrada, desde agora e para sempre. Salmos 121:5-8.

À minha mãe, mulher forte e guerreira, essa conquista só foi possível em razão dos seus esforços quotidianos. À senhora, o meu amor (sobretudo), o meu respeito e a minha gratidão.

De igual maneira, aos meus avós Luzia e José Barros que em diversos aspectos contribuíram para a integralização desta graduação.

Meu irmão caçula Hugo (o nosso “Cezo”), muito obrigado por ter dividido comigo a sua companhia durante todos esses anos. Aprendi muito com você.

Tia Ana Herculano, tio Manoel e Mércia, vocês foram primordiais para que eu pudesse dar os primeiros passos na vida acadêmica. Deus vos abençoe.

A todos os meus amigos de infância, dos que a graduação e os estágios me apresentaram, aos amores vividos durante esse período: “é impossível ser feliz sozinho”.

Ao meu ilustre professor orientador Me. Ulisses da Silveira Job, por sua pronta disponibilidade e auxílio na produção desta monografia. É um privilégio ter recebido suas orientações.

Agradeço, nas pessoas dos professores Me. Andréa Costa do Amaral Motta, Dr. Newton de Oliveira Lima, Me. Ana Clara Fonseca Montenegro e Dr. Giscard Farias

Agra, a todo corpo docente deste Departamento por terem não apenas formado um bacharel em Direito, mas um cidadão transformado.

Na pessoa de Odon Veríssimo Manguiera, agradeço a todos os servidores e funcionários do DCJ.

À minha inesquecível professora de Introdução aos Estudos em Direito I, Dra. Raquel Moraes Lima. Suas lições preliminares me fizeram ter a certeza de que a sede de conhecimento que me acomete é dia a dia amenizada pelas Ciências Jurídicas e Sociais. Suas palavras de encorajamento e o abraço que recebi após aquela primeira prova oral jamais sairão da minha memória.

À 5ª Vara Cível da Comarca da Capital, nas pessoas das Exmas. Senhoras Juízas de Direito Andréa Gonçalves Lopes Lins e Silmary Alves de Queiroga Vita; dos servidores João Eduardo, Juliana, Kênia, Nilma Cristiane e Rossana; dos assessores Ana Maria e Djair; da estagiária Pâmela: com vocês partilhei das tardes mais produtivas e porque não, descontraídas que um estagiário de direito poderia desfrutar. Na companhia de vocês, aprendi e ri(mos) muito. Os levo em meu coração como amigos queridos.

À Secretaria Judiciária do Tribunal Regional Eleitoral da Paraíba, por intermédio dos servidores Márlon Forte e Cecília Costa, agradeço por todos os conhecimentos transmitidos. Ao Exmo. Juiz Federal Emiliano Zapata de Miranda Leitão e aos inolvidáveis assessores Linaldo Lima, Anésio Moreno e Giancarlo Abreu: vocês foram responsáveis por minha evolução na aquisição de conhecimentos jurídicos bem como amadurecimento profissional.

À Promotoria de Justiça Cumulativa de Picuí – PB, agradeço ao Exmo. Promotor Leonardo Quintans Coutinho por viabilizar meu retorno à minha amada Picuí e poder contribuir com os meus conterrâneos.

Quando os homens são éticos, as leis
são desnecessárias; quando são
corruptos as leis são inúteis.

Benjamin Disraeli

O Analfabeto Político

O pior analfabeto é o analfabeto político.
Ele não ouve, não fala, nem participa
dos acontecimentos políticos.
Ele não sabe o custo de vida, o preço do
feijão, do peixe, da farinha, do aluguel,
do sapato
e do remédio dependem das decisões
políticas.

O analfabeto político é tão burro que se orgulha
e estufa o peito dizendo que odeia a política.
Não sabe o imbecil que, de sua ignorância política, nasce a prostituta,
o menor abandonado, e o pior de todos os bandidos,
que é o político vigarista, pilantra, corrupto
e lacaio das empresas nacionais e multinacionais.

Bertolt Brecht

RESUMO

O presente trabalho propõe analisar o financiamento de campanhas eleitorais e seu impacto na construção da democracia representativa no Estado brasileiro. De maneira específica, o mesmo visa explicar os principais sistemas de financiamento de campanhas e suas problemáticas, avaliar a relação entre o financiamento e o comprometimento do candidato eleito. Além disso, visa analisar o atual ordenamento jurídico e o entendimento da Suprema Corte à luz do julgamento da ADI 4650. Sob a ótica pragmática, o estudo se justifica pela emergente necessidade de transparência na aplicação dos recursos/financiamentos das campanhas eleitorais. No que diz respeito à metodologia, o presente trabalho utilizar-se-á de pesquisa bibliográfica, a fim de explanar a respeito dos financiamentos das campanhas eleitorais no âmbito de condicionamento de democracia. Por fim, versa-se sobre a tendência atual em implementar um sistema de financiamento democrático de campanha, o Projeto de Lei de Iniciativa Popular de Reforma Política Democrática e Eleições Limpas, bem como a Ação Direta de Inconstitucionalidade nº4650, os quais são de relevância para o tema proposto.

Palavras-chave: Financiamento. Campanhas. Democracia. ADI 4650.

ABSTRACT

The present work proposes to analyze the financing of electoral campaigns and their impact on the construction of representative democracy in the Brazilian State. Specifically, it aims to explain the main financing systems of campaigns and their problems, to evaluate the connection between the financing and the commitment of the elected candidate. Besides that, it aims to analyze the current legal system and the Supreme Court's understanding in the light of ADI 4650's judgment. From a pragmatic perspective, the study is justified by the emerging need for transparency in the application of electoral campaign resources/funding. About methodology, the present work will use bibliographical research, in order to explain about the financing of electoral campaigns in the context of conditioning democracy. Finally, it describes the current tendency to implement a democratic campaign financing system, the Popular Initiative for Democratic Political Reform and Clean Elections Bill, as well as the Direct Unconstitutionality Action No. 4650, which are relevant to the proposed theme.

Keywords: Financing. Campaigns. Democracy. ADI 4650.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - As mudanças nas eleições de 2016.....	31
Figura 2 - As mudanças.....	32

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	10
2 BREVE CONSIDERAÇÃO ACERCA DOS FINANCIAMENTOS DE CAMPANHAS ELEITORAIS	REFERENCIAL
TEÓRICO.....	13
2.1 FINANCIAMENTO PARTIDÁRIO PRIVADO.....	16
2.2 FINANCIAMENTO PARTIDÁRIO PÚBLICO.....	19
2.3 FINANCIAMENTO PARTIDÁRIO MISTO.....	22
3 O SISTEMA NORMATIVO DO FINANCIAMENTO ELEITORAL NO BRASIL.....	24
3.1 A MINIRREFORMA ELEITORAL.....	26
3.2 A FINALIDADE DA MINIRREFORMA.....	29
4 OS PRINCÍPIOS FUNDAMENTAIS QUE SUSTETAM O PROCESSO ELEITORAL NO BRASIL.....	34
4.1 PRINCÍPIO DA REPÚBLICA	34
4.2 PRINCÍPIO FEDERATIVO	35
4.3 PRINCÍPIO DA DEMOCRACIA	37
4.4 PRINCÍPIO DA IGUALDADE	39
5 A BUSCA DO FINANCIAMENTO DE CAMPANHA ELEITORAL DEMOCRÁTICO: PROJETO DE LEI DE INICIATIVA POPULAR.....	42
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	48
7 REFERÊNCIAS.....	50

1 INTRODUÇÃO

Em 10 de maio de 2006 entrava em vigor a Lei n. 11.300. Esta tinha a finalidade de conferir maior controle sobre as doações e reduzir os custos das campanhas eleitorais. Atendendo ao princípio constitucional da anualidade eleitoral, esculpido no art. 16 da *Lex Mater* com nova redação conferida pela Emenda Constitucional n. 04/1993, as chamadas regras de verticalização chegariam ao fim nas eleições municipais de 2008. A partir de então, dentre outras medidas proibitivas, estavam a vedação de distribuição de brindes e os intitulados showmícios, além de autorizar a rejeição da prestação de contas e a cassação do mandato se comprovada a existência de caixas dois.

Multidões eram arrastadas para os referidos shows musicais sem, na grande maioria das vezes, atentar à finalidade pretendida: avaliar as propostas dos candidatos e, ao final do período de campanha, optar por aquela mais coerente. Neste sentido, percebe-se, ainda, a predominância de vultosas campanhas eleitorais, onde o marketing é maliciosamente empregado na tentativa de criar imagens prontas e perfeitas dos candidatos aos cargos eletivos. Somado ao elevado montante em publicidade, há gastos relativos aos candidatos com transporte, alimentação e manutenção de comitês de campanha.

A Constituição Federal consagra já em seu 1º artigo o Estado Democrático de Direito, tendo o fundamento do princípio democrático como regime político, o qual garante de forma expressa, o exercício dos direitos sociais e individuais, a liberdade, a segurança, o bem estar, o desenvolvimento, a igualdade e a justiça como valores para uma sociedade livre, justa e solidária.

A competição justa entre os elegíveis e a transparência relativa aos gastos à época da disputa são requisitos à legitimação da vontade soberana do povo. Reduzir o impacto que o poder econômico dos grandes partidos e candidatos exercem sobre o resultado final tem sido um dos principais desafios de países democráticos em qualquer parte do mundo.

Partindo deste pressuposto, o presente trabalho objetiva analisar o financiamento de campanhas eleitorais e seu impacto na construção da democracia representativa no Estado brasileiro. Especificamente, o mesmo busca explicar os

principais sistemas de financiamento de campanhas e suas problemáticas, avaliar a relação entre o financiamento e o comprometimento do candidato eleito e analisar o atual ordenamento jurídico e o entendimento da Suprema Corte à luz do Julgamento da ADI 4650.

Neste contexto, considerando a representatividade e importância que o tema possui, não apenas para o Brasil como para todo e qualquer País que faz uso dos financiamentos de campanhas eleitorais como instrumentos de efetivação da democracia, faz-se relevante o estudo, tanto no aspecto teórico, quanto em suas expressões prática e social. De forma teórica, a importância manifesta-se na possibilidade de contribuir com os estudos inerentes ao assunto abordado, promovendo o aprofundamento sobre um tema bastante significativo para a política a nível mundial.

A relevância social se dá através de sua contribuição para com a conscientização da utilização correta dos financiamentos de modo a proporcionar a efetiva democracia de uma nação. Sob o ponto de vista pragmático, o estudo se justifica pela emergente necessidade de transparência na aplicação dos recursos/financiamentos das campanhas eleitorais.

Quanto ao aspecto metodológico, para o presente trabalho fez-se uso da pesquisa bibliográfica, abarcadora de livros, artigos, periódicos, sites especializados, dissertações e teses, a fim de explicar a respeito dos financiamentos das campanhas eleitorais no âmbito de condicionamento de democracia. Ainda neste âmbito, a pesquisa ora desenvolvida é do tipo descritiva, aquela que, segundo Vergara (2005, p. 47), “expõe características de determinado fenômeno. Pode também estabelecer correlações entre variáveis e definir sua natureza. Não tem compromisso de explicar os fenômenos que descreve, embora sirva de base para tal explicação”.

Na tentativa de se reunir dados de melhor qualidade e fidedignidade à temática foi desenvolvida uma pesquisa de revisão bibliográfica, fundamentada em dados gerados pela literatura científica, elencando-se as principais produções e literaturas desenvolvidas em torno do binômio financiamento eleitoral/democracia.

Foram utilizados livros da área de Direito Eleitoral, menções de Leis norteadoras, bem como artigos selecionados em periódicos indexados na base de dados Scielo. Foram empregados, para fins de busca de revisão, os seguintes descritores: Financiamento, Campanha Eleitoral e Democracia.

Para a seleção dos artigos foram adotados os seguintes critérios de elegibilidade: estudos que tiveram nos seus resumos, no título ou nas palavras chave, relação com a temática e que foram encontrados em mecanismos de busca ou outra base e, assim, sejam relevantes para o estudo. Foram excluídos os artigos que: não foram de pesquisa, com exceção de revisões de literaturas, tais como: opiniões, consensos, retratações, editoriais entre outros; artigos que não estiveram disponíveis na íntegra ou não foram localizados em outros instrumentos de busca.

Na análise dos dados, os trabalhos foram lidos na íntegra, sintetizados, agrupados em grupos de convergência e divergência de tema, quantificados, em forma de tabelas, para facilitar a compreensão e entendimento e, por fim, discutidos imparcialmente.

2 BREVE CONSIDERAÇÕES ACERCA DOS FINANCIAMENTOS DE CAMPANHAS ELEITORAIS

No Brasil, os partidos políticos têm direito a recursos do fundo partidário, embasado pela Constituição de 1988 (artigo 17, §3º) e já existente. No entanto, os recursos desse fundo representam apenas uma parcela muito pequena do total gasto nas campanhas políticas, sendo que a maior parte desses gastos é coberta por contribuições dos membros do partido, bem como por doações de pessoas físicas e, principalmente, de pessoas jurídicas, notadamente bancos e empresas do setor da construção civil (BELISÁRIO, 2014).

Os Fundos podem ser melhores entendidos por Gomes (2011, p. 280) esclarecendo que: “[...] importa destacar a relevante contribuição suportada pelo Erário, proveniente do Fundo Especial de Assistência Financeira aos Partidos Políticos (Fundo Partidário) [...]”. Farhat (1996, p. 426) explica que Fundo Partidário é constituído: “Pelas multas e penalidades aplicadas os termos do Código Eleitoral e legislação eleitoral posterior; por recursos financeiros que lhe forem destinados por lei, em caráter permanente ou eventual; por doações de pessoas físicas; e pelas dotações orçamentárias da União”.

No que diz respeito à ideia de financiamento público, pressupõe que todo e qualquer dinheiro investido em campanha deve ser, obrigatoriamente, público. Por um lado a ideia do financiamento público parece ofensiva ao bolso do contribuinte, contudo, por outro, não parece algo tão ruim, quando comparado a longo prazo, uma vez que menos empresários e lobistas se aproveitariam para fazer carreiras inteiras com base na ilegalidade proveniente de atos no espaço de tempo entre o começo da arrecadação e a gratidão material dada por pessoas corruptas em retorno ao dispêndio financeiro dos que apostaram nas mesmas (FINANCIAMENTO PÚBLICO DE CAMPANHA, 2005).

Com base em documento da Câmara dos Deputados, tem-se que:

Hoje, no Brasil, o financiamento das campanhas políticas é inteiramente privado, elaborado tanto por pessoas físicas quanto por jurídicas. Contudo, antigamente, apenas pessoas físicas podiam contribuir. Ao longo do tempo, observou-se uma constrangedora e precária situação do chamado caixa-dois, ou seja, aquele fundo fomentador ilegal, que recebia dinheiro de quem não podia doar; não havia declaração de riquezas e doações verdadeiras e,

difícilmente, ficavam provados vínculos entre as pessoas jurídicas investidoras e os eleitos, o que dificultava as investigações de favores em via contrária para as pessoas que acreditaram economicamente na eleição de pseudo-prepostos (FINANCIAMENTO PÚBLICO DE CAMPANHA, 2005).

Com o tempo, desde que declaradas, as doações realizadas por pessoas jurídicas foram legalizada. Neste sentido, as doações deveriam ser transparentes. Assim, a fiscalização da “materialização” da gratidão – vantagens ilícitas, econômicas, como em licenciamentos, financiamentos, isenções de impostos e taxas em investimentos feitos, licitações – seria facilmente vista e, claro, punida (não só de direito, na justiça, como pelo povo, que não mais elegeria a pessoa corrupta).

Existem, basicamente, três posições no que se refere ao financiamento de campanhas e partidos políticos: a primeira delas defende o financiamento exclusivamente público dos partidos e campanhas; a segunda posição, por sua vez, é contrária ao financiamento público (ou exclusivamente público), e uma terceira posição defende a proibição de doações, por pessoas jurídicas (empresas), a partidos e campanhas, além da imposição de limites a doações feitas por pessoas físicas (CAETANO, 2016).

Não sendo o único aspecto ligado à regulamentação do financiamento, na origem dos recursos que integram os fundos destinados à campanha está o privado, o público e o misto. Com o objetivo de reduzir as possibilidades de corrupção e a defesa de interesses pessoais dos financiadores:

Atualmente vem ganhando adeptos tanto entre especialistas quanto entre dirigentes políticos a proposta de adoção de financiamento integralmente público. Acredita-se que essa forma de financiamento evitaria as consabidas consequências negativas do aporte privado, além de diminuir os custos das campanhas e aumentar a equidade das disputas. (RUBIO, 2005, p. 8)

Neste contexto de financiamento, ainda segundo o autor, há um círculo danoso: há doações ilegítimas para os candidatos; estes são eleitos; eles correspondem com vantagens; e, então, os investimentos retornam para a famigerada reeleição, tendo em vista que o sistema se mostra cada vez mais lucrativo.

Segundo Laryssa Borges (2015), em consequência da revelação do esquema de financiamento da campanha de Fernando Collor, em 1989, envolvendo doações feitas por empresas, a autorização legal para doações de empresas a campanhas eleitorais passou a existir nos anos 1990 — o chamado esquema PC Farias. Desde então, a lei passou a permitir que empresas fizessem doações financeiras equivalentes a, no máximo, 2% do seu faturamento bruto no ano anterior à eleição, enquanto as pessoas físicas poderiam doar até 10% dos seus rendimentos, auferidos no ano anterior ao pleito.

Em setembro de 2011, a Ordem dos Advogados do Brasil (OAB) propôs ao Supremo Tribunal Federal uma ação direta de inconstitucionalidade (ADI), contrariando trechos da Lei Eleitoral (Lei n. 9.504/1997) e da Lei dos Partidos Políticos (Lei n. 9.096/1995). A OAB solicitou que a Corte estabelecesse um valor máximo para as doações de pessoas físicas à campanha eleitoral ou ao partido político (JUNIOR, *et al*, 2016).

Segundo Daniel Sarmiento (2015), em sua busca por analisar a constitucionalidade das regras previstas na legislação para a admissão de contribuições a campanhas eleitorais por parte de pessoas físicas e jurídicas, que foram impugnadas no STF através da ADI 4.650, proposta pelo Conselho Federal da OAB, afirma que as regras e critérios possibilitam e potencializam a influência deletéria do poder econômico sobre o processo político e, nesse sentido, violam os princípios constitucionais da igualdade, da democracia, da República e da proporcionalidade, subvertendo os fundamentos do nosso Estado Democrático de Direito.

Com efeito, a aplicação destas regras tem comprometido a igualdade política entre cidadãos, possibilitando que os mais ricos exerçam influência desproporcional sobre a esfera pública. Além disso, ela prejudica a paridade de armas entre candidatos e partidos, que é essencial para o funcionamento da democracia. Não bastasse o modelo legal vigente alimentar a promiscuidade entre agentes econômicos e a política, contribuindo para a captura dos representantes do povo, por interesses econômicos dos seus financiadores, e disseminando com isso a corrupção e o patrimonialismo, em detrimento dos valores republicanos. (SARMENTO, 2015, p. 1)

Ainda neste cenário do modelo de financiamento privado de campanhas, Sarmiento (2015, p. 5), afirma que este concede ao poder econômico um papel

central na vida política, antes e depois das eleições. Tal poder desencadeia uma série de distorções produzidas por sua excessiva infiltração.

Em primeiro lugar, do ponto de vista dos candidatos, o resultado mais direto é o desestímulo a candidaturas de indivíduos desprovidos de recursos próprios e de “contatos” com o mundo empresarial, através dos quais pudessem arrecadar os fundos necessários para entrar na disputa. Por essa lógica, cidadãos comuns simplesmente não têm condições de se eleger. Além disso, como, de um lado, as doações de campanha provêm em sua quase totalidade de grandes empresas e de indivíduos muito ricos e, de outro, o volume de recursos arrecadados influi diretamente sobre as chances de eleição, os candidatos que representam os interesses do empresariado e das classes mais elevadas têm uma vantagem desproporcional na corrida eleitoral. Em segundo lugar, o formato atual do financiamento privado de campanhas produz uma série de deturpações do ponto de vista dos eleitores. Se o voto já não é mais a única “ficha” de um cidadão nas eleições, a possibilidade de contribuir com dinheiro para campanhas eleitorais permite que a desigualdade econômica presente na sociedade seja reproduzida na arena política. Como resultado, as pessoas ricas ganham um maior peso na definição dos resultados das eleições e, conseqüentemente, seus interesses são sobre representados no Parlamento e no Executivo, em detrimento dos cidadãos mais pobres.

De modo geral, o financiamento das eleições está previsto e disciplinado na Lei n. 13.165/2015, ao introduzir mudanças nas Leis 9.504/97 (Lei das Eleições) e, ainda, na Lei 9.096/96 (Lei Orgânica dos Partidos Políticos), na parte que trata da prestação de contas dos partidos e do Fundo Partidário. As regras vigentes estabelecem que as campanhas eleitorais serão, exclusivamente, financiadas por doações de pessoas físicas e pelos recursos do Fundo Partidário.

2.1. FINANCIAMENTO PARTIDÁRIO PRIVADO

Essa espécie de financiamento advém da arrecadação de recursos de fontes privadas, destinada aos partidos políticos e aos candidatos, quer seja oriunda de pessoas físicas, quer de pessoas jurídicas, para fins de financiamento de campanha política. Nessa modalidade não há necessidade de criação de dotação orçamentária, uma vez que não haverá aumento de gasto público em razão de a contribuição ser oriunda do setor privado. Nesse contexto, Araújo (2002) classifica esse tipo de financiamento em duas formas:

- 1) Direta — quando existe a entrega do dinheiro para o caixa de campanha de um candidato ou partido, por exemplo, através de cotas dos filiados;
- 2) Indireta — quando o pagamento em prol da campanha assumir vantagem não pecuniária, podendo ocorrer quando o doador (pessoa física ou jurídica) arcar com os custos da prestação de um serviço ou fornecer um determinado bem, sendo que neste caso os custos devem ser quantificados em dinheiro e contabilizados como receita de campanha do beneficiário.

Nessa linha de pensamento de conceituação, o financiamento privado dos partidos políticos pode ser considerado como o sistema em que as próprias agremiações devem arrecadar fundos a partir de diversas fontes privadas, próprias ou alheias. As fontes próprias são as quotas de filiados, patrimônio próprio do partido, publicações e outras atividades desenvolvidas e, por fim, as contribuições dos detentores de cargos públicos; as fontes externas são os empréstimos e créditos, as doações, serviços empresariais e as provenientes da corrupção, muito embora a última seja uma fonte ilegal e a total ausência de dados, possua importância significativa (SANTANO, 2014).

No que se refere à declaração, as receitas das doações de origem privada podem ser de duas modalidades: declaradas ou ocultas. Na primeira constam os recursos que são permitidos pela legislação brasileira, os quais podem ser identificáveis e declarados na prestação de contas. Já na segunda modalidade — de receitas ocultas — o partido ou candidato violam a lei, deixando de declarar determinada prestação e de submetê-la ao conhecimento público: “As receitas não declaradas são as que trazem maior preocupação, por constituírem o chamado caixa dois da campanha eleitoral, uma das práticas ilícitas mais graves das eleições” (XAVIER, 2014, p. 24).

O mecanismo mais tradicional de financiamento privado dos partidos são as quotas de filiados. Estas possuem uma dupla função: financiar as atividades do partido, assim como certificar a adesão de seus filiados. Tal forma de financiamento se encontra atribuída à perda de identidade ideológica dos partidos, bem como possibilidade de conseguir grandes somas através de outras fontes tanto empresariais quanto estatais. Neste sentido, o autor ainda enfatiza que a maior parte do financiamento privado no Brasil provém de doações, principalmente empresariais. O mais comum é encontrar grandes empresas, não raro com proeminentes contratos públicos, doando vultuosas somas (SANTANO, 2014).

O financiamento privado é um tema polêmico, em que especificamente causa discussões acerca das doações, especificamente. Uma vez que, tanto as pessoas físicas quanto as jurídicas, que doaram expressivas quantias poderiam almejar um retorno do candidato eleito. Neste âmbito, Gomes (2015) descreve:

Validamente, ninguém (sobretudo as pessoas, físicas ou jurídicas, que doam expressivos recursos) contribui financeiramente para uma campanha sem esperar retorno do agraciado, caso seja eleito. Visto que, uma vez eleito, fica o donatário comprometido com o doador que o apoiou concreta e significativamente. Sob a feição ética, o único “retorno” que se poderia esperar do mandatário público assenta-se na própria representação democrática ou promoção dos ideais político-sociais de seus apoiadores; por igual, não há problema se a atuação do político coincidir com os interesses econômicos da comunidade que representa. No entanto, condena-se o desvio do sentido da representação. Para muitos, a doação de campanha constitui verdadeiro investimento, do qual se espera retorno econômico-financeiro. A experiência tem mostrado que aí reside um dos focos (existem outros!) relevantes da corrupção endêmica que assola o País. Em numerosos casos, a retribuição se dá pela contratação de empresas ligadas direta ou indiretamente ao doador, pelo favorecimento em licitações e contratos públicos ou superfaturamento de bens e serviços contratados pelo Estado, pela concessão de anistia e renúncia fiscais. Afinal, há que se recuperar as altas somas doadas à campanha, de preferência com o acréscimo de bons lucros. Nessa perspectiva, o financiamento de campanha pode ser visto como um bom negócio, cuja álea reside na eleição do beneficiário. Pior que isso são financiadores porventura ligados ao crime organizado, pois nessa hipótese o Estado poderia tornar-se instrumento de facilitação de crimes! É despiendo dizer que, ao final, a conta é sempre levada aos eleitores-contribuintes que, além de ludibriados em sua boa-fé, são privados dos benefícios de políticas e investimentos públicos sérios, gratuitos e de qualidade. As ilícitas contratações afetam a economia do País e em nada contribuem para melhorar a qualidade de vida dos cidadãos e a concorrência saudável entre as empresas. (GOMES, 2015, p. 337)

Em contrapartida, os simpatizantes desse sistema de doação exortam que esse modelo liberal seria eficaz contra a corrupção, pois obriga as agremiações partidárias a se legitimar frente ao eleitorado para conseguir seu financiamento. Outro contexto apontado é o de que a doação de recursos aos partidos seria uma forma de participação política, e que esse modelo é o que melhor corresponde à natureza predominantemente associativa privada dos partidos no ordenamento (SANTANO, 2014).

Nesse cenário, é importante frisar que o foco dos doadores é nas vantagens que podem adquirir patrocinando certos partidos e candidatos. Por outro lado, a participação política no que tange às doações, no Brasil, é muito reduzida especialmente pelo sistema atual que privilegia as empresas. Ainda assim, boa parte

dos escândalos de corrupção está relacionada às doações vultosas de empresas a partidos ou candidatos.

Entretanto, a partir da segunda metade do século XX, começou-se a se mapear a ideia de que não seria favorável à sociedade que o financiamento dos partidos e de suas campanhas políticas fosse realizadas exclusivamente por particulares ou empresas. Isso porque, como já descrito anteriormente, corria-se o risco de que os interesses destes grupos se sobrepusessem aos interesses dos setores sociais que não possuíam recursos econômicos capazes de concorrer com os tradicionais apoiadores dos partidos. Desse modo, o Estado passou a assumir um papel maior no financiamento das atividades partidárias e eleitorais.

2.2 FINANCIAMENTO PARTIDÁRIO PÚBLICO

Este financiamento é aquele proveniente de recursos procedidos unicamente do Estado, tais como: subsídios, fundos públicos ou reembolso de despesas ordinárias, os quais são transferidos a candidatos ou partidos com a finalidade de garantir os meios necessários para promover a campanha eleitoral. Assim sendo, o financiamento ainda acompanha o fenômeno da constitucionalização dos partidos políticos e o debate sobre sua função.

Sergei Medeiros Araujo (2012, p.316) concorda com este entendimento e pondera que o financiamento público consiste na prestação direta ou mesmo em alguma concessão de vantagem indireta pelo Estado, tendo por critérios os fixados em lei. Neste sentido:

O objetivo central do intervencionismo estatal, com base em um fluxo regular de recursos públicos destinados tanto para as atividades ordinárias dos partidos quanto para as despesas de campanha, é garantir mais igualdade entre os concorrentes nas eleições, suprir a deficiência financeira e reduzir a dependência dos partidos e candidatos das fontes de financiamento privado, principalmente empresas. Segundo Jean Claude Masclat (1989, p. 249), a legitimidade para um financiamento das campanhas eleitorais dos partidos e dos candidatos, com base em recursos públicos, sustenta-se sobre três fundamentos: a) o reconhecimento constitucional da importância dos partidos políticos para os regimes democráticos; b) o princípio da soberania popular; c) a liberdade de associação (ARAÚJO, 2012, p. 318)

Ainda nessa linha de pensamento, o financiamento público busca promover o equilíbrio e a concorrência entre os candidatos e partidos no pleito eleitoral, fortalecendo o sistema pluralista, em observância ao princípio da igualdade de oportunidade entre os candidatos, além de restringir a intervenção das fontes privadas de receita, assegurando maior transparência (XAVIER, 2014).

Atendo-se aos recursos públicos, são três os fundamentos que legalizam o financiamento das campanhas eleitorais, através do seu uso: “a) o reconhecimento constitucional da importância dos partidos políticos para os regimes democráticos; b) o princípio da soberania popular; c) a liberdade de associação”. Este financiamento desvincula-se, além disso, em financiamento público direto e indireto (ARAUJO, 2012).

Alice Kanaan (2012, p. 280) descreve que “o financiamento público direto de partidos e candidatos incide nos subsídios, subvenções, restituição ou reembolso, em pecúnia ou em bônus, transferido diretamente pelo Estado aos partidos políticos, com vista ao financiamento das atividades de campanha eleitoral”.

Já como definição do financiamento público indireto, o autor enfatiza que o mesmo “refere-se aos serviços ou benefícios concedidos pelo Estado em favor de partidos políticos e candidatos”. Neste sentido, Araújo (2012, p. 322) complementa aduzindo que se refere a uma “ação positiva do Estado, voltada para a concessão de uma vantagem aos partidos e candidatos, como forma de reduzir os custos e facilitar o desenvolvimento das campanhas eleitorais”.

Em se tratando de financiamento público outro aspecto importante é a aceção dos critérios de acesso e de distribuição dos recursos públicos. Além disso, cada modelo de financiamento de campanha eleitoral apresenta vantagens e desvantagens, argumentos favoráveis e contrários. Neste cenário de discussão, Olívia Raposo da Silva Telles (2009, p. 63) assegura que o principal argumento favorável ao financiamento público se refere ao fato de que essa forma limitaria a influência do poder econômico nas decisões políticas, visto que os financiadores privados disponibilizam seus recursos para futuramente obter vantagens junto aos eleitos beneficiados com sua ajuda (TELLES, 2009, p. 63).

Outro aspecto relevante é a restrição do uso de doações ilegais, derivadas de “caixa dois” e até mesmo atividades ilícitas e crimes organizados, assaz nocivos para a democracia. Com esta forma de financiamento, fica mais fácil reconhecer as

origens dos recursos dos candidatos e partidos e “sempre que a campanha de um candidato se destacar pela riqueza ficará evidente o uso de recursos ilícitos” (TELLES, 2009, p. 63).

Várias são as discussões acerca dos argumentos favoráveis, das vantagens e desvantagens do financiamento público. Contudo, por fim, há quem pondere que o sistema de financiamento dotado apenas por subsídios do poder público se torna conflitante com o pluralismo político, de acordo o que aponta Kannan (2012, p. 286):

O sistema de financiamento exclusivamente público se torna incompatível com o pluralismo político consagrado no texto constitucional, fundamento do regime democrático, porque, de um lado, pode gerar o desinteresse dos partidos políticos, que, recebendo os recursos unicamente estatais, não necessitam mais dos cidadãos, deixando de lado o enraizamento no seio social; de outro, a *contrario sensu*, necessitando do financiamento estatal, passam a atender aos interesses do Estado, mesmo contrários aos cidadãos, passando a atuar como agentes estatais a serviço do governo. O princípio do pluralismo político, inserido no sistema político constitucional (CF, art.1º, inciso IV, cc. 17), caracteriza-se pela diversidade de concepções ideológicas partidárias na sociedade e também pela perfeita interação entre o cidadão e a representação partidária.

Desse modo, a dependência de recursos provenientes unicamente do Estado pelos partidos políticos simula um risco ao sistema democrático, visto que pode afetar o pluralismo político, um de seus princípios fundamentais. Pois, uma vez os partidos adstritos ao uso do dinheiro público, perdendo a necessidade de buscar recursos financeiros junto à sociedade, darão prioridade aos interesses do Estado em detrimento dos desejos da sociedade, o que vai de encontro à autonomia partidária consagrada no texto constitucional.

2.3 FINANCIAMENTO PARTIDÁRIO MISTO

Constitui-se de recursos para partidos e candidatos tanto de origem pública quanto privada. Tal financiamento tem o intuito de dispersar suas fontes de recursos sem concentrá-las unicamente no Governo. Com isso, busca-se assegurar, de um lado, o incentivo à participação direta do cidadão na política, por meio das cotas ou das doações, e, de outro, garantir a igualdade e o equilíbrio entre os partidos e candidatos na competição eleitoral (KANAAN, 2012, p. 74). Nesta linha de discussão, Araújo (2012) enfatiza que:

Um modelo de financiamento misto deve prever, necessariamente, a contribuição financeira das pessoas físicas como forma de participação dos cidadãos na vida política e partidária, bem como de aproximação entre os partidos e a sociedade.

Na literatura existem diversas opiniões acerca dos pros e contras da utilização do sistema de financiamento misto. Para Delia Rubio, por exemplo, a utilização deste sistema de financiamento é mais segura, visto que no financiamento privado a regulamentação busca garantir a transparência dos recursos percebidos, seja quanto à sua origem ou sua destinação, levando em consideração determinadas limitações. Já para o sistema de financiamento público, é preciso se basear em critérios de distribuição para honrar com o princípio da proporcionalidade e igualdade, bem como em algum elemento para enraizar os partidos na sociedade (RUBIO, 2005).

Ainda nesse âmbito de discussão, existem autores que defendem que o financiamento misto deve ser regulado de forma que estimule a declaração e transparência dos gastos realizados com os recursos percebidos no decorrer da campanha eleitoral, e não apenas no final, como ocorre nos dias atuais no Brasil. Samuels (2005), por exemplo, enfatiza que é melhor reduzir o limite máximo de doação; valorizar o autocontrole entre os concorrentes, aumentando a punição por qualquer violação à lei, em conjunto com uma reforma na legislação tributária e financeira. Isso para desestimular a vultuosa quantidade de dinheiro não declarado, que acaba se tornando um caixa dois (SAMUELS, 2005).

No ponto de vista de outros autores, essa forma de financiamento seria ainda mais arriscada que o financiamento exclusivamente privado, visto que os candidatos

e partidos continuariam a receber propinas dos financiadores privados, embora estivessem recebendo recursos públicos para o custeio da campanha, continuando da mesma forma com a corrupção, com o agravante de pagar duas vezes pelo mesmo fator: o custeio público e o reembolso dos financiadores privados pela corrupção (XAVIER, 2014).

Com opinião contrária, no que tange ao financiamento misto, Gomes (2015), discute acerca da conveniência do financiamento privado, enfatizando que não há contribuição sem espera de retorno. Cedo ou tarde as faturas serão enviadas e, deste modo, uma vez eleito, fica o donatário comprometido com o doador que o apoiou por todo o seu mandato, concreta e significativamente.

Em síntese, não existe uma concordância entre qual o sistema de financiamento é melhor, mas sabe-se que tal escolha reflete, diretamente, na representação política, podendo influenciar nos resultados de uma eleição. Dessa maneira, uma vez apresentada as modalidades de financiamento possíveis, faz-se necessário verificar o sistema normativo do financiamento eleitoral e como ele funciona no Brasil. A seguir serão abordados estes pontos.

3 O SISTEMA NORMATIVO DO FINANCIAMENTO ELEITORAL NO BRASIL

Em 1930, juntamente com a criação da justiça eleitoral, o Brasil começou a dedicar instituições para a regulação do processo eleitoral. Este período marcou o fim da primeira República, seguido da promulgação do Código Eleitoral de 1932 e da Constituição Federal de 1934. Ao término do regime, o então presidente Getúlio Vargas alterou o Decreto-Lei 7.586, de 14 de maio de 1945, instituindo o sistema eleitoral proporcional de listas abertas que perdura até hoje.

A partir da publicação da Constituição de 1946, um novo Código Eleitoral foi aprovado em 1950, que logo fora substituído pelo Código Eleitoral (em 1965) atualmente em vigor. Contudo, a fiscalização da prestação de contas só passou a ser realizada pela Lei n. 4.740/65, a Lei Orgânica dos Partidos Políticos, em pleno regime militar. Em seu artigo 56 é vetada a entrada de recursos provenientes de pessoas jurídicas para os partidos¹. O mesmo ponto foi transcrito na Lei dos Partidos, n. 5.682 de 1971, onde a vedação da “entidade de classe ou sindical” foi adicionada. Tal legislação vigorou até 1992, onde houve a acusação de escândalos que apontavam para a irregularidade no financiamento da campanha do Presidente Fernando Collor. Deste modo, em consequência a queda do presidente do poder, foi editada a Lei nº 8.713, que foi regulamentada pela Resolução TSE 14.426 e, então, em 1994 as doações por pessoas jurídicas aos partidos e candidatos voltaram a ser admitidas. As mesmas considerações foram mantidas pela Lei das Eleições (LE), a qual ponderou que os partidos deveriam definir os próprios tetos de gastos de suas campanhas.

Neste âmbito de discussão, antes de descrever acerca do novo sistema normativo, faz-se necessário descrever, brevemente, algumas considerações acerca da Lei n. 9.096/95 (Lei dos Partidos Políticos) e da Lei n. 9.504/97 (Lei das Eleições),

¹ Art. 56. É vedado aos partidos:

- I - receber, direta ou indiretamente, contribuição ou auxílio pecuniário ou estimável em dinheiro, procedente de pessoa ou entidade estrangeira;
- II - receber recurso de autoridades ou órgãos públicos, ressalvadas as dotações referidas nos incisos I e II do art. 60, e no art. 61;
- III - receber, direta ou indiretamente, qualquer espécie de auxílio ou contribuição das sociedades de economia mista e das empresas concessionárias de serviço público;
- IV - receber, direta ou indiretamente, sob qualquer forma ou pretexto, contribuição, auxílio ou recurso procedente de empresa privada, de finalidade lucrativa.

tendo em vista que ambas são de grande relevância para o direito eleitoral brasileiro, pois a partir delas houve significativas mudanças no processo eleitoral e no que se refere aos partidos políticos.

Esse contexto é reforçado por Villas Bôas (2014), à vista de suas palavras: “encontram-se no sistema legal, duas importantes leis vigentes: a Lei n. 9.504/97 e a Lei n. 9.096/95 – ambas asseverando que vigora um sistema de financiamento misto de campanha, que é dotado de profunda distorção”.

Rafael Barreto (2012) pondera, de forma breve, as leis acima citadas:

A Lei dos Partidos Políticos é a lei fundamental das agremiações partidárias, definindo, a partir da Constituição, as situações jurídicas que envolvem a criação e o funcionamento dessas associações. A Lei das Eleições disciplina o funcionamento do processo eleitoral propriamente dito, desde os processos de escolha dos candidatos até a eleição em si, passando pela propaganda eleitoral, pelas condutas vedadas aos agentes públicos em campanha, pela captação e aplicação de recursos em campanha, dentre outros temas. (BARRETO, 2012, p. 28).

Uma vez realizadas considerações acerca das importantes Leis e adentrando, então, no foco do capítulo, faz-se necessário ponderar que o Brasil sofreu uma mudança brusca em seu sistema normativo, de forma recente, no que tange ao financiamento da política. Em 29 de setembro de 2015 a então Presidente Dilma Rousseff aprovou o texto da Lei n. 13.165/2015, chamada de “minirreforma eleitoral”, com intensas alterações quanto à arrecadação de capital, de bens e serviços para as campanhas eleitorais e partidos políticos. Tal Lei alterou a Lei das Eleições (9.504/97), a Lei dos Partidos (9.096/95) e o Código Eleitoral (Lei n. 4.737/65), com fins declarados de redução dos custos das campanhas eleitorais; simplificação da administração dos Partidos Políticos e incentivação da participação feminina nas eleições.

De um modo geral, o texto aprovado tem o anseio de completar a legislação eleitoral e partidária vigente, trazendo alterações pontuais, sem se aprofundar na estrutura do sistema eleitoral e partidário vigente.

3.1 A MINIRREFORMA ELEITORAL

Antes de adentrarmos na regulamentação do processo faz-se necessário conceituar o termo “reforma”, de acordo com alguns autores. Bercovici (2005), por exemplo, afirma que a reforma consiste:

em um conjunto de aprovisionamentos de alcance social e político e econômico, os quais, dentro de uma “moldura de fundamentos inalteráveis”, se faz o remanejamento das parcelas de participação das distintas classes sociais. Deste modo, com a reforma ocorre a correção das distorções do sistema e de regime, atendendo-se ao bem comum e, assim, propiciando a paz social, distribuindo mais justiça entre as classes ressentidas e carentes.

Neste âmbito de conceituação, Aieta (2006) pondera que:

Reformar constitui permitir as condições para que uma transição possa ocorrer. Assim sendo, em uma reforma política, deve-se buscar a ampliação da democracia representativa para que as autênticas demandas da sociedade possam se sedimentar. A reforma se faz necessária, então, quando as estruturas já estão suplantadas ou não conseguem se concatenar com as novas exigências da realidade política.

De posse de toda essa conceituação tem-se que a reforma política é um mecanismo que permite a participação popular, tanto no que compete à esfera administrativa e jurisdicional, como também à legislativa.

Deste modo, no que tange ao exercício da função legislativa é imprescindível frisar que esta é a quarta minirreforma eleitoral aprovada pelo Poder Legislativo, recentemente, tendo em mente as Leis ns. 11.300/2006, 12.034/2009 e 12.891/2013, popularmente conhecidas como 1.^a, 2.^a e 3.^a minirreforma. A atual minirreforma foi concebida um ano antes do pleito pelo Congresso Nacional, em deferência ao art. 16 da Constituição Federal. Contudo, foi a Presidente Dilma Rousseff que sancionou a “minirreforma eleitoral”, consubstanciada na Lei n. 13.165/15.

Vale ressaltar que duas alterações foram vetadas pela presidente: o voto impresso para conferência e a regulamentação do financiamento privado para as eleições. O motivo da proibição de doações das empresas foi fundamentado em manifestações do Ministério da Justiça e da Advocacia-Geral da União, moderadas

na decisão do Supremo Tribunal Federal (ADI 4650). No que se refere à proibição da impressão de votos da urna eletrônica, a mesma está embasada no parecer do Tribunal Superior Eleitoral, que identificou o alto custo da medida e se posicionou contrariamente.

Diante dos escândalos inerentes à corrupção, presenciados nos últimos anos, em julho de 2013 e nos anos seguintes, milhares de brasileiros foram às ruas protestar, exigindo do Congresso Nacional e dos partidos políticos ações que trariam consequência já na eleição próxima de 2016.

Desta forma, tem-se que as mudanças introduzidas pela Lei n. 13.165/2015 denotaram uma renovação conservadora, visando mais uma diminuição dos custos das campanhas eleitorais do que propriamente uma reforma ou mesmo uma minirreforma. Algumas chagas do sistema político-eleitoral, com exceção do fim do financiamento empresarial das campanhas, prosseguem intatas. Dentre elas estão: as distorções na representação proporcional e a possibilidade das coligações proporcionais.

A nova legislação já foi aplicada nas eleições municipais de 2016, tendo em vista que fora publicada em período superior a um ano do pleito. Dentre as principais modificações introduzidas no Direito Eleitoral pela Lei n. 13.165/2015, tendo como horizonte as eleições municipais de 2016, Foz e Sousa (2016) delineiam:

1 — Quanto aos prazos eleitorais: o prazo para estar filiado a partido político e concorrer nas eleições fica alterado para seis meses antes do pleito, de acordo com o artigo 9º da Lei 9.504/97; já no que compete à realização das convenções partidárias, o prazo é de 20 de julho a 05 de agosto (segundo o artigo 8º da mesma Lei); o prazo para o registro de candidaturas é até às dezenove horas do dia **15 de agosto** (art. 11). Contudo, o registro de vagas remanescentes pode ser realizado até trinta dias antes das eleições (art. 10, §5º); a propaganda eleitoral é permitida a partir do dia 15 de agosto (art. 36) e a propaganda eleitoral gratuita em rádio e TV fica reduzida para os trinta e cinco dias anteriores às eleições até a antevéspera do dia do pleito (art. 47).

2 — Da quantidade de candidatos: cada partido ou coligação poderá minutar um total de até 200% do número de lugares a preencher nas Câmaras de Vereadores, nos Municípios de até cem mil eleitores, sendo este percentual de 150% nos Municípios com mais de cem mil eleitores (art. 10).

3 — Data para verificação da idade mínima: a data necessária para ocupação do cargo eletivo será a data do pedido de registro de candidaturas para o cargo de vereador (18 anos), e a data da posse nos demais casos (art. 11, §2º).

4 — Limite de gastos: passam a ser definidos pelo Tribunal Superior Eleitoral, com base nos parâmetros estabelecidos em Lei (art. 18). No limite de gastos em cada eleição serão contabilizadas as despesas realizadas pelos candidatos e pelos partidos que puderem ser individualizadas (art. 18-A). Desse modo, o candidato que exceder o limite de gastos fixado

sofrerá multa de 100% da quantia excedente, sem prejuízo da apuração de abuso de poder econômico (art. 18-B).

5 — Limites de doação de pessoas físicas: o limite para doação de recursos estimáveis em dinheiro de bens móveis ou imóveis de propriedade do doador passa a ser de R\$ 80.000 (art. 23). As doações efetivadas pelo doador no ano da eleição serão contabilizadas para verificação da extrapolação do limite, inclusive as doações aos partidos políticos (art. 24-C, §1º).

6 — Divulgação de informações de arrecadação e gastos de campanha: partidos políticos, coligações e candidatos devem divulgar os recursos arrecadados em dinheiro para as campanhas eleitorais até 72 (setenta e duas) horas após o seu recebimento. Tal divulgação deverá ser realizada através de uma prestação de contas parcial em 15 de setembro (art. 28).

7 — Propaganda eleitoral: é terminantemente proibida, a veiculação de propaganda eleitoral de qualquer natureza em bens cujo uso dependa de cessão ou permissão do poder público ou que a ele pertençam e nos bens de uso comum (art. 37); a propaganda em bens particulares deve ser feita em papel ou adesivo em tamanho não superior a 0,5 m² (art. 37); a propaganda eleitoral na internet é permitida a partir do dia 15 de agosto do ano eleitoral (art. 57-A).

8 — Conduta vedada: despesas com publicidade dos órgãos públicos federais, estaduais ou municipais, ou das respectivas entidades da administração indireta que excedam a média dos gastos no primeiro semestre dos três últimos anos que antecedem o pleito passam a ser vedadas, com possibilidade de cassação do mandato e condenação por abuso de poder econômico, a realização, no primeiro semestre do ano de eleição, (art. 73, inc. VII).

9 — Justa causa e janela para desfiliação partidária: o detentor de cargo eletivo que se desfiliar, sem justa causa, do partido pelo qual foi eleito perderá o mandato (art. 22-A da Lei dos Partidos Políticos).

10 — Questões processuais: qualquer decisão dos Tribunais Regionais, acerca de ações que importem em cassação de registro, anulação geral de eleições ou perda de diplomas somente poderão ser tomadas com a presença de todos os seus membros (art. 28, §§ 4º e 5º do Código Eleitoral); o recurso ordinário interposto contra decisão proferida por juiz eleitoral ou por Tribunal Regional Eleitoral que resulte em cassação de registro, afastamento do titular ou perda de mandato eletivo será recebido pelo Tribunal competente com efeito suspensivo (art. 257, §2º, do Código Eleitoral).

Quando exclusiva, a prova testemunhal singular não será aceita nos processos que possam levar à perda do mandato (art. 368-A, do Código Eleitoral).

11 — Alterações no sistema de eleições proporcionais: somente serão eleitos os candidatos que tenham adquirido votos em número igual ou superior a 10% do quociente eleitoral (art. 108, do Código Eleitoral). Para definição dos suplentes da representação partidária não há exigência de votação nominal mínima (art. 112, parágrafo único, do código eleitoral).

12 — Nulidade dos votos e realização de novas eleições: serão realizadas novas eleições no caso de decisão que importe o indeferimento do registro, a cassação do diploma ou a perda do mandato de candidato eleito em pleito majoritário, após o trânsito em julgado, independentemente do número de votos anulados. A eleição correrá por conta da justiça eleitoral e será de forma indireta, pelo poder legislativo correspondente se ocorrer a menos dos seis meses antes do final do mandato e pelo voto direto nos demais casos (art. 224, §§ 3º e 4º, do código eleitoral).

13 — Voto em trânsito: o eleitor em trânsito no território nacional poderá votar para Presidente da República, Governador, Senador, Deputado Federal e Deputado Estadual, nas eleições gerais, atendidas algumas exigências, e desde que registrado na Justiça Eleitoral até 45 dias antes da data marcada para as eleições (art. 233-A, do Código Eleitoral).

Diante do exposto até o momento, no que compete ao financiamento de campanhas eleitorais, observa-se que a modalidade adotada atualmente no Brasil é o financiamento misto, ou seja, os recursos arrecadados para o financiamento de campanhas podem advir do setor privado ou do setor público. Observa-se ainda que a legislação apresenta várias falhas, que podem permitir o abuso do poder econômico nas eleições, acarretando em desigualdade entre os candidatos.

3.2 A FINALIDADE DA MINIRREFORMA ELEITORAL E AS NOVIDADES IMPLEMENTADAS: BREVES NOTAS

É importante destacar que a minirreforma eleitoral vigente obedece à parte infraconstitucional aprovada pelos Deputados Federais e Senadores. Neste cenário, tendo em vista que o processo legislativo é mais simplificado, o mesmo fora concluído ainda no ano 2015, mais precisamente em 09/09/2015. Por conseguinte, com a tramitação dos processos legislativos, os quais culminaram na edição da Lei n. 13.165/2015 e na aprovação pela Câmara dos Deputados do texto final da PEC n. 113/2015, as seguintes propostas foram apreciadas e rejeitadas: a) ampliação dos mandatos de 4 para 5 anos; b) a unificação das eleições, de vereador a presidente; c) a implantação do sistema “distritão” para os cargos proporcionais, além do distrital misto; d) voto facultativo; e) fim das coligações nos pleitos proporcionais e criação das federações partidárias durante a legislatura; f) mudança na regra de definição dos suplentes de senador (WALDSCHMIDT, 2015).

Nesta linha de pensamento, o autor ainda elenca as dozes relevantes alterações implementadas pela minirreforma eleitoral de 2015, conforme descrito abaixo:

- 1) prazo de filiação partidária para candidatura reduzido;
- 2) criação do sistema simplificado de prestação de contas de campanha;
- 3) as doações recebidas devem ser divulgadas, em até 72 horas, no site da Justiça Eleitoral;
- 4) período destinado à campanha eleitoral, inclusive do horário eleitoral gratuito, reduzido;
- 5) reunião das ações eleitorais para julgamento comum;
- 6) criação da janela partidária, possibilitando ao detentor de mandato eletivo mudar de partido sem que o perca;

- 7) não incidência do instituto da preclusão nos processos de prestação de contas anual de partido;
- 8) medidas adotadas para estimular a participação das mulheres na política;
- 9) votação mínima de 10% do quociente eleitoral para a eleição de vereador e de deputados, na definição das vagas obtidas por quociente partidário;
- 10) renovação da eleição, após o trânsito em julgado, sempre que a decisão da Justiça Eleitoral resultar em indeferimento do registro, cassação do diploma ou perda do 2º mandato de candidato eleito em pleito majoritário, independentemente do número de votos anulados;
- 11) suspensão para os recursos interpostos contra decisão proferida por juiz eleitoral ou por Tribunal Regional Eleitoral que resulte em cassação de registro, afastamento do titular ou perda de mandato eletivo;
- 12) impressão do voto depositado na urna eletrônica, a ser implementada até o pleito de 2018.

Neste contexto, Portari (2015) ilustra as principais mudanças nas eleições de 2016, com o intuito de resumi-las e torna-las mais claras, graficamente:

 <p>Pesquisas eleitorais</p> <p>■ A partir de 1º de janeiro de 2016, as entidades e empresas que realizarem pesquisas de opinião pública sobre as eleições ou candidatos, para conhecimento público, serão obrigadas a informar cada pesquisa no Juízo Eleitoral que compete fazer o registro dos candidatos. O registro da pesquisa deve ocorrer com antecedência mínima de cinco dias de sua divulgação</p>	 <p>Gastos de campanha</p> <p>■ Antes da reforma eleitoral deste ano (Lei nº 13.165, de 29 de setembro de 2015), o Congresso Nacional tinha de aprovar lei fixando os limites dos gastos da campanha eleitoral. Na falta desta regulamentação, eram os próprios candidatos que delimitavam seu teto máximo de gastos. Tais valores eram informados à Justiça Eleitoral no momento do pedido de registro de candidatura</p>
 <p>Filiação partidária</p> <p>■ Quem desejar disputar as eleições do próximo ano, precisa se filiar a um partido político até o dia 2 de abril de 2016, no caso, até seis meses antes da data das eleições. Pela regra anterior, para disputar uma eleição, o cidadão precisava estar filiado a um partido político um ano antes do pleito</p>	<p>■ A partir das eleições do próximo ano, de acordo com o que estabelece a reforma eleitoral, o TSE é que fixará, com base em valores das eleições anteriores e critérios estabelecidos nesta norma, os limites de gastos, inclusive o teto máximo de despesas de candidatos a prefeito e vereador nas eleições de 2016</p>
 <p>Convenções partidárias</p> <p>■ As convenções para a escolha dos candidatos pelos partidos e a deliberação sobre coligações devem acontecer de 20 de julho a 5 de agosto de 2016. O prazo antigo determinava que as convenções partidárias deveriam ocorrer de 10 a 30 de junho do ano da eleição</p>	 <p>Propaganda eleitoral</p> <p>■ A resolução sobre o tema contempla a redução da campanha eleitoral de 90 para 45 dias, começando em 16 de agosto. O período de propaganda dos candidatos no rádio e na TV também foi diminuído de 45 para 35 dias, com início em 26 de agosto, em primeiro turno. As duas reduções de períodos foram determinadas pela reforma eleitoral de 2015</p>
 <p>Registro de candidatos</p> <p>■ Partidos políticos e coligações devem apresentar os pedidos de registro de candidatos ao respectivo cartório eleitoral até as 19h do dia 15 de agosto de 2016. A regra anterior estipulava que esse prazo terminava às 19h do dia 5 de julho</p>	

Figura 1: As mudanças nas eleições de 2016

Fonte: Portari (2015)

Fazendo uma breve apresentação comparativa, de como eram as eleições e de como ficaram, Lima (2015) esboça:

As mudanças	
COMO ERA	COMO FICOU
Os candidatos precisavam estar filiados em um partido político até um ano antes das eleições.	Os candidatos podem, agora, se filiar a um partido político até seis meses antes das eleições.
Os partidos tinham até 30 de junho para escolher, em convenção, os candidatos ao pleito. O registro deveria ser feito até dia 5 de julho.	Os partidos têm até o dia 5 de agosto para escolher, em convenção, os candidatos ao pleito. O registro deve ser feito até 15 de agosto.
A prestação de contas, nas majoritárias e proporcionais, era feita pelo candidato, partido e comitê financeiro.	Agora, apenas candidatos e partidos políticos farão a prestação de contas.
Pessoas jurídicas e pessoas físicas podiam doar às campanhas eleitorais.	Pessoas físicas podem fazer doação de até 10% do rendimento bruto no ano anterior. Empresas não podem fazer doações.
A propaganda no rádio e na televisão era veiculada 45 dias antes do pleito.	A propaganda eleitoral começa no dia 15 de agosto. A transmissão deve ocorrer 35 dias antes do pleito.
Candidatos e políticos com mandatos só poderiam mudar de partido se escolhessem uma sigla nova, recém-criada.	Seis meses antes das eleições, em março, haverá uma “janela” para troca de partidos para políticos com mandatos.

Figura 2: As mudanças
Fonte: Lima (2015)

O processo eleitoral no Brasil é embasado por alguns princípios, os quais são adversos à forma de execução do financiamento das campanhas eleitorais atualmente, tendo em vista a influência do domínio econômico sobre a política. Serão tratados adiante.

4 OS PRINCÍPIOS FUNDAMENTAIS QUE SUSTETAM O PROCESSO ELEITORAL NO BRASIL

4.1 PRINCÍPIO DA REPÚBLICA

O princípio republicano se destaca no sistema constitucional, sendo mais que uma forma de governo, no qual os candidatos são eleitos para desempenhar mandato por acurado período. Esse princípio basilar possui uma ideia principal de coisa pública, que pertence a todos e por isso deve ser administrada de forma impessoal, no interesse da coletividade, sem qualquer discriminação (LEWANDOWSKI, 2005).

Descrito no artigo 1º da Constituição Federal/1988, o princípio da República é derivado da não geração de bens próprios dos agentes públicos e governantes. Bens estes que pertencem a toda sociedade e, assim, devem ser geridos de forma impessoal, em prol do interesse de toda a coletividade e sem admitir discriminações (SARMENTO; OSÓRIO, 2014). O autor ainda enfatiza que:

Tal princípio está associado à moralidade pública na ação dos agentes estatais e ao combate ao patrimonialismo. A República não admite privilégios e não condescende com a captura dos agentes públicos, por interesses privados de agentes econômicos. Contudo, o modelo de financiamento privado de campanhas adotado pela legislação eleitoral beneficia a propagação do espaço público por interesses privados e o estabelecimento de relações antirrepublicanas entre candidatos e seus doadores. (SARMENTO; OSÓRIO, 2014, p. 27)

Diante do exposto, o princípio da República tem como finalidade atender os interesses de toda a sociedade. O mesmo se mantém impessoal ao lidar com questões públicas, através dos poderes conferidos pelo voto.

Vale ressaltar que os valores submergidos nas campanhas eleitorais são extremamente altos e é aí onde está o problema. A corrupção é algo que infringe esse princípio e, assim sendo, seria uma brandura esperar que seja possível, dentro desse panorama, combater a corrupção efetivamente. A mesma guarda uma relação de proximidade com o particular, sendo diversos os casos em que o poder econômico

atua para aliciar os agentes públicos. É necessário responsabilizar aqueles que praticam desvios no exercício da função pública, mas também atuar para afastar do Estado essa influência excessiva do poder econômico (VIOLATO, 2014).

Nesse cenário de discussão, notoriamente afirma-se que a dependência da política brasileira de recursos privados tende a originar desvios na atividade política. Isso porque, como visto anteriormente, há um aumento exacerbado dos valores das campanhas eleitorais e, além disso, as mesmas estão cada vez mais sendo financiadas por um pequeno grupo de empresas e algumas pessoas físicas, com as quais o candidato estabelece vínculos, os quais fazem com que os eleitos sejam mais preocupados com as necessidades de seus doadores do que com os interesses da coletividade (OSÓRIO; SARMENTO, 2014).

Apesar disso, os autores citados acima ainda destacam que a suspensão de doações feitas por empresas, bem como a limitação das doações feitas por pessoas físicas, não inibiria a infiltração do poder econômico na política brasileira, uma vez que os recursos poderiam continuar ingressando através das receitas não declaradas.

Por conseguinte, para o problema levantado, a solução inicial é a aprovação de inconstitucionalidade das doações feitas por empresas aos candidatos e partidos políticos, uma vez que a própria legislação eleitoral não pode admitir que esse vício atee no princípio republicano.

4.2 PRINCÍPIO FEDERATIVO

Após as treze colônias britânicas na América se declararem independentes em 1776, a forma confederada não mais satisfaz as relações que estes novos Estados mantinham. Assim, em 1787 sob a égide da União, inaugurava-se uma nova forma de Estado: a Federação.

O Estado Federal foi adotado pelo Brasil como forma de Estado desde a proclamação da República. Assim, o princípio federativo compõe a estrutura da República. Reza a Carta Magna em seus artigos 1º e 18:

Art. 1º. A República Federativa do Brasil, formada pela união indissolúvel dos Estados e Municípios e do Distrito Federal, constitui-se em Estado Democrático de Direito e tem como fundamentos:

Art. 18. A organização político-administrativa da República Federativa do Brasil compreende a União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios, todos autônomos, nos termos desta Constituição.

Gomes (2016, p. 55), conceitua federação como a forma de Estado em que se verifica a união de Estados autônomos sob a égide de uma Constituição Política. Em sentido semelhante, Dalmo de Abreu Dallari (2016, p. 251): “Etimologicamente, federação (do latim *foedus*) quer dizer pacto, aliança. O Estado Federal é, portanto, uma aliança ou união de união de Estados”.

Os tipos de federalismo são divididos em três: o federalismo por agregação ou por desagregação, dual ou cooperativo e o simétrico ou assimétrico.

O primeiro é exemplificado pelos EUA: caracteriza-se por cada Estado abrir mão de parte de sua soberania e unindo-se, formam um novo Estado, sem existir o direito à dissolução. O segundo, derivado do anterior, conforme as palavras de Manoel Jorge e Silva Neto (2006, p. 191) constitui em uma “maior separação entre o órgão central e as porções estaduais, circunstâncias decorrente de outorga de rol considerável de competências aos estados-membros (...)”. O federalismo simétrico ou assimétrico tem por característica o equacionamento das desigualdades (econômico, social, dentre outras) a fim de repartir competências e receitas de forma paritária.

São características do Federalismo: descentralização política, autonomia, inexistência do direito de secessão, repartição de competências e de receitas, coexistência de ordens jurídicas distintas, participação da vontade parcial na vontade total e repartição de competências e de receitas.

Em conexão com o presente estudo, exemplifica Gomes (2016, p. 56):

A organização da justiça Eleitoral oferece exemplo de como funciona o federalismo cooperativo. A Justiça Eleitoral tem natureza federal: mantida pela União, seus servidores são federais. Todavia, na primeira e na segunda instâncias, os Estados proporcionam grande contribuição para o seu funcionamento. Os juízes eleitorais são também juízes de direito. Os tribunais regionais eleitorais são compostos de dois desembargadores do Tribunal de justiça, dois juízes de direito, além de um desembargador do Tribunal Regional Federal ou, em não havendo este no estado, um juiz federal. Há, portanto, ingente cooperação entre união e Estados no sentido de se manter a Justiça Eleitoral.

4.3 PRINCÍPIO DA DEMOCRACIA

Antes de adentrar no princípio democrático, faz-se necessário conceituar a palavra “democracia”. Conforme a etimologia da palavra, a democracia é o governo do povo. Para Carlos Mário da Silva Velloso e Walber de Moura Agra (2009), “democracia é o governo em que o povo é o dominador das decisões, assim sendo, é ele quem manda e quem decide o destino das organizações políticas”.

Ainda no âmbito da conceituação, Marcos Ramayana (2010) define a democracia como “governo em que o povo exerce, de fato e de direito, a soberania popular, dignificando uma sociedade livre, onde o fator preponderante é a influência popular no governo de um Estado”. Nessa linha de pensamento, pode-se dizer que:

A democracia é o contraponto de todos os regimes autoritários e se caracteriza por um conjunto de regras que ditam quem pode tomar as decisões e mediante quais procedimentos. A obediência às regras e aos procedimentos é essencial para que as decisões, tomadas por pessoas individuais, sejam aceitas, ou melhor, legitimadas enquanto decisões coletivas. (FARIA, 2011, p. 199)

Ainda a respeito do conceito de Democracia:

A democracia se combina na premissa fundamental da igualdade política entre os cidadãos, ou seja, na possibilidade de todo o povo, igualmente considerado, participar da formação do governo e da vontade política da comunidade, por intermédio da eleição de representantes (OSÓRIO; SARMENTO, 2014, p. 24).

O princípio democrático, por sua vez, é a participação ampla do povo, no que compete à decisão, conforme descrito pelo autor abaixo:

O princípio democrático é aquele que promove a participação de todos os componentes de um dado grupo social, que reúnam condições legais de exercício do direito de sufrágio, para a escolha da vontade da maioria. No Brasil são eles os maiores de 16 anos que podem os maiores de 18 que devem votar e, por último, os também maiores de 70 anos que podem optar por continuar a exercer o direito do voto, mesmo não sendo mais obrigados a fazê-lo (MAFRA FILHO, 2003).

Complementando, José Jairo Gomes (2016) declara que “o princípio da democracia é atualmente considerado como “um dos mais preciosos valores da humanidade”. O fundamento normativo para tal declaração “é que o artigo XXI da Declaração Universal dos Direitos do Homem, de 1948, e o artigo 25 do Pacto Internacional sobre Direitos Civis e Políticos, de 1966, elevaram-no ao status de direito humano” (GOMES, 2016, p. 46).

Entretanto, para a concretização da democracia é necessário uma sociedade aberta, devidamente esclarecida e ativa. Caso contrário, conforme esclarece Ferreira Filho citado por Gomes (2008):

A experiência de um autêntico regime democrático, antes de prosperar em qualquer solo, exige a presença de alguns pressupostos. Há mister haver um certo grau de desenvolvimento social, de sorte que o povo tenha atingido nível razoável de independência e amadurecimento, para que as principais decisões possam ser tomadas com liberdade de consciência (FERREIRA FILHO apud GOMES, 2008, p. 36).

Assim sendo, é evidente que a democracia é um princípio permanente no seio social. Conforme descreve Gomes (2016), “a democracia só é possível com a participação popular”.

No que se refere à classificação da democracia, Lenza (2013) diz que a mesma é classificada como: direta, representativa e semidireta ou participativa. O autor ainda resume, cada tipo classificatório:

Na democracia direta, o povo exerce por si o poder, sem intermédio, sem representantes. Na representativa, por sua vez, o povo soberano elege representantes, outorgando-lhes poderes, para que, em nome deles e para eles, governem o país. A democracia semidireta ou participativa trata-se de um “sistema híbrido”, uma democracia representativa, com peculiaridades e atributos da democracia direta, ou seja, é um sistema que possibilita a participação direta e um controle da sociedade sobre os atos do Estado (LENZA, 2013).

Nessa linha de pensamento, Gomes (2016), conhecedor do assunto, recomenda uma subdivisão da democracia em 3 (três) grupos: democracia direta, indireta e semidireta. O primeiro, democracia direta, configura-se como o modelo clássico, onde o povo participa diretamente das decisões governamentais: “As

decisões são tomadas em assembleia pública, da qual devem participar todos os cidadãos” (GOMES, 2016, p. 50).

Disso tudo se depreende que não há de se falar em Estado Democrático de Direito sem se garantir a tutela ao princípio da democracia, ou seja, sem garantir os mecanismos do exercício da Democracia, independentemente de sua classificação: se direta, indireta ou semidireta.

4.4 PRINCÍPIO DA IGUALDADE

Esse princípio está consagrado no art. 5º, caput, I, da Constituição Federal de 1988, que diz que todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza. O mesmo ainda é reafirmado no art. 14 da mesma Carta Magna, o qual prevê que o voto deve ter “valor igual para todos.” A igualdade política significa que cada cidadão deve ter igual capacidade de influenciar no processo eleitoral, independentemente de sua classe, cor, nível de instrução ou qualquer outro fator (OSÓRIO; SARMENTO, 2014).

Tal princípio, então, orienta para que as pessoas sejam tratadas de maneira igualitária, não importando suas riquezas e prestígios. E, no caso do direito eleitoral, para que todos possuam as mesmas condições de disputar o pleito e que cada voto tenha o mesmo valor.

No que compete ao princípio da igualdade entre os partidos políticos, Guilherme Mendes (2014) descreve que:

Tal princípio é essencial para o adequado desempenho dessas instituições no complexo processo democrático. Impõe-se, por isso, uma neutralidade do Estado em face das instituições partidárias, exigência essa que se revela tão importante e ao mesmo tempo, difícil de ser implementada. A importância do princípio da igualdade está que sem a sua observância não terá possibilidade de se estabelecer uma concorrência livre e equilibrada entre os partícipes da vida política, o que comprometerá a essência do próprio processo democrático.

O autor ainda realça que a mesma igualdade que se aplica aos partidos deve, também, ser estendida aos candidatos, os quais devem preservá-la para que se

tornem merecedores do exercício do múnus público a que anseiam. Contudo, isso não é o que acontece, nos dias atuais. Pelo contrário, observa-se que o princípio da igualdade é esquecido pelos candidatos e pelos elaboradores das normas que norteiam o processo eleitoral, o que causa desequilíbrio na disputa eleitoral, fazendo com que a população brasileira, algumas vezes, decida seu voto sem a chance efetiva de avaliar todos os candidatos.

Daniel Zovatto (2005) destaca que: “O que se observa atualmente é que a forma como ocorre o financiamento privado no Brasil não enaltece o aumento da representatividade social”. Esse cenário coopera para a crise de representação e o afastamento da sociedade em relação ao meio político, já que, se os candidatos angariam os recursos que precisam para se eleger apenas com assistência financeira de empresas, sem necessitar de contribuições de cidadãos, a ideia que se extrai é que o plano de arrecadação de receitas restringe a representatividade do sistema, deixando os cidadãos comuns com a impressão de que a política simplesmente não é para eles (OSÓRIO; SARMENTO, 2014).

A desigualdade eleitoral, no Brasil, se deve ao fato de o financiamento privado, a qual acarreta em uma discrepância nos pleitos eleitorais. Isso claramente pode ser observado nas campanhas, quando alguns candidatos fazem campanhas bilionárias e outros participam de maneira quase imperceptível, sendo discretos e investindo o mínimo possível, unicamente por serem deslumbrados pela grandeza do marketing eleitoral. E, assim, estas empresas financiadoras são beneficiadas, ao término das eleições, em licitações e outras operações do Governo, recebendo em dobro o investimento ora feito inicialmente.

Mendes (2014) relata que:

Essa desvirtuação da lei gera uma desigualdade posterior, já que as empresas financiadoras de campanhas passam a ser privilegiadas em contratos com o governo. Contudo, o que deveria ser doação passa a ser um investimento, uma vez que na doação não há que se falar em devolução de valores ou de retorno do capital investido.

Nesse modelo, embora se utilize a letra da lei, desvia-se a finalidade da doação, cujo objetivo é financiar a campanha para divulgar o candidato, gerando um enorme desequilíbrio na disputa. Isso porque o desígnio final é, apenas, ter benefício futuro. Correto seria que a igualdade de oportunidades fosse assegurada aos

candidatos e ao eleitorado, garantindo oportunidade de bem se apresentarem como candidatos e de bem serem apreciados pelos eleitores.

Allan Ferreira Xavier (2014) complementa dizendo que:

Desde que se desenvolva em condições isonômicas, a competição entre os candidatos aos cargos públicos faz parte do processo eleitoral democrático, para que os recursos econômicos das campanhas eleitorais não decidam antecipadamente os candidatos eleitos e sim, que o voto dos eleitores seja conquistado pelas ideias, programas e propostas dos competidores, derivando, assim, em uma verdadeira representação política.

Essa representação política, com igualdade, precisa ser mais efetiva. Nas últimas eleições, de 2016, no pós-impeachment e pós-Lava Jato já foi possível ver os eleitores buscando programas, propostas, se opondo ao bizarro, preocupados em não favorecer a corrupção. Contudo, o Brasil precisa imergir, profundamente, no que respeita ao financiamento democrático.

5 A BUSCA DO FINANCIAMENTO DE CAMPANHA ELEITORAL DEMOCRÁTICO: PROJETO DE LEI DE INICIATIVA POPULAR

Nos últimos anos, inúmeras propostas de reforma no sistema de financiamento vêm sendo apresentadas. Algumas visando o financiamento eminentemente privado; outras o financiamento exclusivamente público, e ainda, outras cujo escopo principal é aperfeiçoamento do financiamento atual (misto). Entretanto, levando em consideração a tendência atual, a bibliografia cita ser o financiamento democrático o modelo de financiamento de campanha mais adequado. Tal modelo adota o sistema misto com uma série de alterações, objetivando reforçar e integrar os aspectos positivos, enfatizando as consequências negativas de ambos os modelos.

De forma conceitual, Gomes (2016, p. 405) relata que a campanha eleitoral é “O complexo de atos e procedimentos técnicos empregados pelos candidato e agremiações políticas com vistas a influenciar os eleitores para obter-lhes o voto e lograr êxito na disputa de cargo público-eletivo”.

Pierre (2008, p. 76) conceitua campanha eleitoral como sendo “a propaganda política dos candidatos a cargos executivos ou legislativos, em época de eleição, de acordo com as normas estipuladas por lei”. Por fim, Siqueira (2004, p. 101) define campanha eleitoral como “projeto cujo objetivo é legitimar, através do voto, um candidato que representa um partido ou coligação de partidos”.

Ainda neste cenário de conceito, Gomes (2011, p. 278) define financiamento de campanha eleitoral: “Trata-se dos recursos materiais empregados pelos candidatos com vistas à captação de votos dos eleitores.” E segue: “À luz de sua origem, pode o financiamento ser público, privado ou misto.” O art. 17 da Lei n. 9.504/1997 infere que: “As despesas da campanha eleitoral serão realizadas sob a responsabilidade dos partidos, ou de seus candidatos, e financiadas na forma desta lei”. Já Oliveira Lula (2008, p. 521) indica: “O financiamento das campanhas eleitorais precisa ser urgentemente repensado, a fim de diminuir os gastos de campanha por um lado e de outro, impedir que os recursos públicos paguem, ainda que de forma ilícita, como hoje ocorre, o altíssimo preço das campanhas eleitorais”.

Conforme relatado, para que o modelo de financiamento democrático seja adotado com sucesso, várias mudanças na legislação devem ser feitas, tais como: aquelas propostas pelo Projeto de Lei de Iniciativa Popular de Reforma Política e Democrática e Eleições Limpas, proponentes de alterações na Lei n. 9504/97 e na Lei n. 9.096/96 (LE e LPP respectivamente) e, também, pela Ação Direta de Inconstitucionalidade n. 4650, apresentada pelo Conselho Federal da Ordem dos Advogados do Brasil – OAB. A seguir será abordada essa gama de alterações legislativas, para maior compreensão e exposição do assunto.

Quanto à “coalização democrática pela reforma política e eleições limpas” foi gerada por um movimento de mobilização (manifesto) de diversos segmentos da sociedade brasileira. A mesma foi criada com a intenção de desencadear uma campanha cívica, unificada e solidária. Assim, o manifesto propõe uma reforma política que acolha, dentre outras, mudanças no financiamento de campanhas eleitorais, tais como: proibição de financiamento eleitoral por pessoas jurídicas; estabelecimento do financiamento público para as campanhas; limite imposto para contribuição individual, correspondendo ao teto de setecentos reais por eleitor e não excedendo o limite de 40% dos recursos públicos recebidos pelo partido; transparência e publicidade em tempo real dos recursos utilizados (FEDERAL, 2015).

No âmbito da coalizão, o autor relata que a mudança no financiamento de campanhas eleitorais é composta por 103 entidades, que em conjunto, elaboraram o projeto lei de iniciativa popular de reforma política e democrática e eleições limpas, explanado com maior detalhe a seguir.

O Projeto Lei de Iniciativa Popular de reforma política prevê, em suma, a proibição do financiamento de campanhas por empresas, propondo o financiamento democrático de campanha, o qual visa criar uma disputa igualitária e democrática. Tal financiamento democrático de campanha, de acordo com o Projeto, será efetivado através do fundo democrático e do financiamento de pessoas físicas. O primeiro é constituído por recursos do Orçamento Geral da União, multas administrativas e penalidades eleitorais. Os recursos do fundo, por sua vez, serão destinados exclusivamente aos partidos políticos. Estes visam que, no segundo turno das eleições proporcionais, os candidatos embolsem do partido recursos em igualdade de condições (BRASIL, 2017).

Ainda no âmbito da abrangência do Projeto, o mesmo enfatiza que, uma vez verificada a contribuição ilegal de empresas, o candidato terá seu registro de candidatura cassado e, assim, a empresa ficará coibida de contratar com o Poder Público por cinco anos, além de receber multa de 10 vezes o valor da contribuição. No mais, no que compete à contratação de pessoal para a campanha eleitoral, será feita através de contrato documentado. Tal procedimento objetiva prevenir a prática atual da compra de votos, nos dias que antecedem as eleições, camuflada através da contratação de “cabos eleitorais”. Assim será possível a fiscalização identificar os recursos gastos. O Projeto prevê, ainda, o limite quantitativo das doações das pessoas físicas, relatando que cada pessoa poderá doar até R\$ 700,00 (setecentos reais), valor que pode ser corrigido por índices oficiais, a cada eleição. Contudo, o total dessas contribuições não poderá ser superior a duas vezes o valor proposto ao partido de maior quota do fundo democrático.

Nessa linha de pensamento, o Projeto estabelece, em seu artigo 18-A, incisos, que os recursos do fundo democrático de campanhas serão distribuídos entre os partidos políticos, nas eleições gerais e municipais, da seguinte forma:

- Art. 18-A. Os recursos do Fundo serão assim distribuídos entre os partidos que registrarem candidaturas:
- I – nas eleições presidenciais, federais e estaduais:
 - a) 16% (dezesesseis por cento), para a eleição de presidente e vice-presidente da República;
 - b) 20% (vinte por cento), para as eleições de governador e vice-governador;
 - c) 8% (oito por cento), para as eleições de senador;
 - d) 28% (vinte e oito) por cento, para as eleições de deputado federal; e
 - e) 28% (vinte e oito) por cento, para as eleições de deputado estadual e distrital;
 - II — nas eleições municipais:
 - a) 50% (cinquenta por cento), para a eleição de prefeito e vice-prefeito;
 - b) 50% (cinquenta por cento), para as eleições de vereadores. (BRASIL, 2013)

Complementando, o artigo 18-B enfatiza que: “Os candidatos que competem ao segundo turno das eleições proporcionais têm direito à divisão igualitária da quota do fundo democrático de campanhas, o qual cabe ao partido ou coligação” (BRASIL, 2013).

O Projeto de Lei de Iniciativa Popular provoca uma divulgação das operações realizadas na conta bancária específica, de forma dinâmica e clara. Isso significa que toda e qualquer movimentação deve ser divulgada e publicada de acordo com a

evolução tecnológica contemporânea. Tais procedimentos trarão um resultado eficiente e eficaz para a busca pela fiscalização (seja por parte dos adversários políticos, da Justiça Eleitoral, do Ministério Público Eleitoral e dos próprios cidadãos).

O Projeto, em seu artigo 20, apresenta os comitês financeiros como figuras responsáveis pela administração dos recursos da campanha, sujeitos ao registro nos órgãos da Justiça Eleitoral, em até dez dias após sua constituição:

Art. 20. Até cinco dias após a convenção em que serão homologados os nomes dos candidatos escolhidos nas eleições primárias, o partido constituirá comitês financeiros com a finalidade de administrar os recursos de campanha.

§1º Os comitês financeiros serão registrados até dez dias após sua constituição, nos órgãos da Justiça Eleitoral aos quais compete fazer o registro dos candidatos, devendo ser informados nesse ato os dados das contas, tratado no art. 22 desta Lei;

§ 2º Os comitês financeiros farão a administração financeira das campanhas, usando unicamente os recursos orçamentários previstos nesta Lei.

§ 3º As receitas e despesas de campanha serão lançadas, em até vinte e quatro horas da sua realização, no Sistema de Prestação de Contas Eleitorais (SPCE), no sítio eletrônico do tribunal Superior Eleitoral, com acesso on line ao extrato da conta específica da campanha.

§ 4º Considera-se realizada a despesa, para os efeitos desta lei, no momento do fornecimento do produto ou serviço. (BRASIL, 2013)

Ainda acerca do Projeto de Lei, o mesmo determina que as despesas sejam realizadas exclusivamente com cartão de débito ou transferência bancária, de modo a tornar a fiscalização e controle dos gastos mais eficaz. Entretanto, existem duas exceções: a primeira é a realização de despesas mediante cheque nominal cruzado, não endossável; a segunda exceção refere-se a uma autorização, cedida pelo Banco Central, para saque em caráter excepcional. Contudo, ambos os cenários estão sujeitos ao registro do credor no cadastro de pessoa física ou jurídica da Receita Federal do Brasil.

No que se refere à propaganda eleitoral gratuita, tal Projeto propõe uma repartição mais igualitária, segundo a qual o tempo será proporcionalmente distribuído entre o número de representantes na Câmara dos Deputados. O mesmo exige as emissoras de serem responsabilizadas por declarações feitas por terceiros. Contudo, no âmbito da propaganda eleitoral pela internet, o Projeto evidencia um cuidado e atenção com os casos de fraude, ou seja, a criação de páginas e perfis

falsos, levando usuários a acreditar tratar-se de uma publicação oficial do partido, coligação ou candidato.

O artigo 57-B, *caput*, do Projeto de Lei de Iniciativa Popular descreve:

Art. 57-B. A propaganda eleitoral na internet, quando feita em sítio de partido ou candidato, será realizada apenas por meio de provedores de conteúdos e de serviços estabelecidos no País. (BRASIL, 2013)

O inciso I do artigo retro mencionado, ainda relata que “os partidos, coligações e candidatos poderão cadastrar seus perfis ou páginas em redes sociais perante a Justiça Eleitoral a fim de facilitar a demonstração de sua autenticidade contra eventuais fraudes”.

E, por último, o inciso III enfatiza que “será considerado falso o perfil ou página na internet que busque indevidamente induzir o usuário a crer tratar-se de uma publicação oficial do partido, coligação ou candidato”.

No que compete à conversão permanente obrigatória das comissões provisórias de diretórios, alteração realizada na Lei n. 9.096/95, proposta pelo Projeto Lei de Iniciativa Popular, determina-se o tempo de no máximo 120 dias, assegurando-se a autonomia dos diretórios (estadual, regional e municipal), juntamente com a autonomia do partido político. Desse modo, a intervenção e demissão de seus dirigentes sem concordância com o processo legal e sem justa causa é vedada.

Ainda no que toca à alteração na Lei n. 9.096/95, um sistema de registro eletrônico centralizado das informações fora criado. Tais informações são referentes ao orçamento dos partidos políticos, com padrões e módulos específicos, contendo informações essenciais à fiscalização. Com a criação do sistema de registro eletrônico é atribuído, ao gestor do partido político, a responsabilidade de manter os dados homologados fidedignos, bem como a obrigatoriedade de elaboração e emissão de um relatório detalhado das movimentações financeiras do partido, apontando a origem e o montante dos recursos, além da discriminação de despesas com propaganda eleitoral, com pessoal, com pagamento de multas judiciais etc.

Finalmente, as alterações na lei impõem ao Tribunal Superior Eleitoral a responsabilidade de agenciar programas educativos, com o intuito de orientar o povo brasileiro a ter controle social sobre as campanhas eleitorais, tornando a fiscalização das contas eleitorais efetivamente democrática.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com a finalidade de assegurar o regime democrático de direito, os partidos políticos devem prezar pela autenticidade do sistema representativo, e também demandar em favor da defesa dos direitos fundamentais dispostos na Constituição Federal. Diante do exposto no presente trabalho, até chegar no status e situação política atual, os partidos e a organização eleitoral passaram por várias alterações, desde o período colonial, passando então pelo Brasil imperial, com o partido liberal, e os conservadores, que formavam um partido da ordem, núcleo das elites, dos grupos econômicos mais poderosos, como lavoura e pecuária.

Houve, então, com a formação da Nova República, a remoção do modelo de instituição política da ditadura militar. Surgiu dessa perspectiva, a Constituição Federal de 1988, preservadora dos elementos do regime republicano, como o multipartidarismo, presidencialismo, bicameralismo e a representação proporcional. Além disso, também ocorreu uma expansão do direito político aos analfabetos, que poderiam votar e ser votados, aos menores de 18 e maiores de 16 anos, que também poderiam votar, além de terem sido incluídos mecanismos de democracia participativa.

Ao longo do trabalho, também se falou acerca do processo e requisitos para a formação dos partidos políticos, além do enfoque que o financiamento tem como escopo arcar com as despesas para a promoção das campanhas eleitorais, asseverando a igualdade entre os partidos políticos e candidatos. Porque é certo que os partidos necessitam de dinheiro para custearem seus gastos e investirem nas campanhas, de modo a pleitearem cargos políticos. Exatamente por isso que surge a questão do financiamento de campanha, assunto este que gera muita controvérsia em praticamente todas as democracias modernas.

Conforme apresentado, atualmente são três as modalidades de financiamento eleitoral: público, privado e misto. Contudo, na legislação brasileira, existe a predominância do sistema misto, com uma grande torrente tendendo para o financiamento público e uma afeição para aguçar os limites legais das contribuições privadas. Entretanto, tais contribuições privadas ainda superam os fundos públicos

e, por isso, nascem os escândalos de corrupção, financiamento ilegal, caixa dois, abuso de poder econômico, entre outros.

Por isso que a reforma política é criada, para coibir atos de corrupção e abuso do poder econômico. A relevância da reforma política está na credibilidade e legitimidade da democracia, visto que uma reforma do financiamento de campanha promove uma competição política mais igualitária, livre, aberta e transparente. O foco principal da reforma é fazer com que o sistema atenda o poder sobre o dinheiro e não o inverso. Tal procedimento provocará uma maior confiança em relação aos partidos políticos, especialmente por parte da população. E esta, por sua vez, tem que agir sempre exigindo uma política limpa e transparente, além de uma competição eleitoral efetiva, fazendo valer os seus direitos e os princípios fundamentais e democráticos protegidos pela Constituição.

Ainda no que se refere à reforma política, no que compete à relação das doações feitas por pessoas jurídicas, é importante destacar a Ação Direta de Inconstitucionalidade (ADI 4650), ajuizada pela OAB, a qual defende doações de empresas a candidatos e a partidos políticos. Tal ação já entrou em vigor nas últimas eleições, de 2016, onde não mais foram permitidas doações feitas por pessoas jurídicas para campanhas. Contudo, as doações feitas por pessoas físicas continuam válidas, na forma da lei.

Diante do exposto, conclui-se que os dispositivos da Lei n. 9.504/97 e da Lei n. 9.096/95, em concordância com a ADI 4.650 compõem uma decisão que concorre para tornar os pleitos mais democráticos e igualitários, além de fortalecer a representatividade no sistema político do Brasil.

7 REFERÊNCIAS

AIETA, Vânia Siciliano. **Reforma Política: Estudos em homenagem ao Prof. Siqueira Castro**, Tomo V. Rio de Janeiro: Lúmen Júris Editora, 2006

ARAÚJO, S. M. **O financiamento público nas eleições brasileiras. Temas do direito eleitoral no século XXI**. André de Carvalho Ramos (coordenador). Brasília, DF: Escola Superior do Ministério Público da União, 2012, p. 315-354.

BARRETO, Rafael. **Direito Eleitoral**. São Paulo: Saraiva, 2012. E-book. (Coleção Saberes do Direito, vol. 47). Disponível em: < <http://lelivros.link/book/download/direito-eleitoral-vol-47-col-saberes-do-direito-rafael-barreto-em-epub-mobi-e-pdf/>>. Acesso em: 19 set. 2016.

BELISÁRIO, A. **As quatro irmãs**. 2014. Disponível em: < <http://apublica.org/2014/06/as-quatro-irmas/>>. Acesso em: 03 out 2016.

BERCOVICI, Gilberto. **O impasse da democracia representativa**. In: ROCHA, Fernando Luiz Ximenes; MORAES, Filomeno[org.]. **Direito Constitucional Contemporâneo: homenagem ao professor Paulo Bonavides**. Belo Horizonte: Del Rey. 2005.

BORGES, L. **STF veta doação de dinheiro por empresas a partidos e candidatos**. 2015. Disponível em: < <http://veja.abril.com.br/brasil/stf-veta-doacao-de-dinheiro-por-empresas-a-partidos-e-candidatos/>>. Acesso em: 01 Out 2016.

BRASIL. Câmara dos Deputados. **Projeto de Iniciativa Popular de Reforma Política Democrática e Eleições limpas**. Disponível em: http://www.reformapoliticademocratica.org.br/wp-content/uploads/2014/08/cartilha_coalizacao_segunda_edicao.pdf. Acesso em: 28 jan. 2017.

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

_____. Casa Civil Lei nº 11.300, de 10 de maio de 2006. **Dispõe sobre propaganda, financiamento e prestação de contas das despesas com campanhas eleitorais, alterando a Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997**.

CAETANO, L. M. L. S. **Sobre o financiamento público das campanhas eleitorais.** Disponível em: <http://www.ambito-juridico.com.br/site/?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=9530&revista_caderno=28>. Acesso em: 01 out 2016.

CERVI, E. U. et al. "**Dinheiro, profissão e partido político: a vitória na eleição para deputado federal no Brasil em 2010**". Sociedade e Estado, vol. 29, nº 3, 2014.

DALLARI, Dalmo de Abreu. **Elementos de teoria geral do Estado.** 33. Ed. – São Paulo: Saraiva, 2016, p. 251.

Diário Oficial da União. BRASÍLIA, DF, 10 DE MAIO DE 2006. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2006/Lei/L11300.htm> Acesso em: 02 nov. 2015.

FARIA, Josiane Petry. **Do estado de natureza e democratização da sociedade:** Alguns apontamentos sobre participação política. In: GORCZEWSKI, Clovis (Org.) Direitos Humanos e Participação Política. Porto Alegre: Imprensa Livre, 2011. v. II.

FEDERAL, Supremo Tribunal. **STF conclui julgamento sobre financiamento de campanhas eleitorais.** Disponível em: <<http://www.stf.jus.br/portal/cms/verNoticiaDetalhe.asp?idConteudo=300015>> Acesso em: 03 dez. 2015.

FINANCIAMENTO PÚBLICO DE CAMPANHA. **Câmara dos deputados.** Jul 2005. Disponível em: <http://www2.camara.gov.br/agencia/noticias/70184.html>. Acesso em: 01 out. 2016.

FOZ, M. G. SOUSA, M. P. J. **Minirreforma eleitoral - Principais modificações.** Janeiro, 2016. Disponível em: <http://www.migalhas.com.br/dePeso/16,MI232721,71043-Minirreforma+eleitoral+Principais+modificacoes>. Acesso em: 24 Out de 2016.

GOMES, J. J. **Direito Eleitoral.** 12. ed. rev. atual. e ampl. - São Paulo: Atlas, 2016.

_____. **Direito Eleitoral.** 11. ed. rev. atual. e ampl. - São Paulo: Atlas, 2015.

_____. **Direito Eleitoral.** 6. ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Atlas, 2011. cap. 14, p. 278-300.

_____. **Direito Eleitoral**. 8. ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Atlas, 2012.

JUNIOR, O. C.; NETO, C. P. S; JUNIOR, O. P. R. Ordem dos Advogados do Brasil. **Proposição de Ação Direta de Inconstitucionalidade com Pedido de Medida Cautelar**. Disponível em: < <http://www.oab.org.br/arquivos/artigo-adi-4650-362921044.pdf>>. Acesso em: 01 out 2016.

KANAAN, Alice. **Financiamento público, privado e misto frente à reforma política eleitoral que propõe o financiamento público exclusivo**. Temas do direito eleitoral no século XXI. André de Carvalho Ramos (coordenador). Brasília: Escola Superior do Ministério Público da União, 2012, p. 271-314.

LENZA, Pedro. **Direito Constitucional Esquematizado**. São Paulo: Saraiva, 2013.

LEWANDOWSKI, Enrique Ricardo. **Reflexões em torno do Princípio Republicano**. In: VELLOSO, Carlos Mário da Silva; ROSAS, Roberto; AMARAL, Antônio Carlos Rodrigues do (org.). Princípios constitucionais fundamentais: estudos em homenagem ao Professor Ives Gandra da Silva Martins. São Paulo: Lex, 2005.

LIMA, M. **Mudanças na reforma política já começam a valer nas eleições de 2016**. Disponível em: <http://www.jornalnh.com.br/_conteudo/2015/10/noticias/pais/228766-mudancas-na-reforma-politica-ja-comecam-a-valer-nas-eleicoes-de-2016.html>. Acesso em: 16 mar 2017. Outubro, 2015.

MAFRA FILHO, Francisco de Salles A. **O princípio democrático – uma visão crítica**. **Revista Jurídica**, mai. 2003. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/revista/Rev_53/artigos/Art_Francisco.htm>. Acesso em: 23 dez. 2016.

MANEGHESSO, Lucas Siqueira. **Financiamento de campanhas eleitorais**. Monografia, UNB, Brasília, 2014, p. 81.

MENDES, Gilmar F.; BRANCO, Paulo G. G. **Curso de Direito Constitucional**. 9ª ed. São Paulo: Saraiva, 2014.

OSORIO, A. R. P. ; SARMENTO, Daniel . **Eleições, Dinheiro e Democracia: A ADI 4.650 e o Modelo Brasileiro de Financiamento de Campanhas Eleitorais**. *Direitos Fundamentais & Justiça* , v. 26, p. 15-38, 2014.

OLIVEIRA, Marco Aurélio Bellizze. **Campanha eleitoral: financiamento**. In: _____. **Abuso de poder nas eleições: a inefetividade da ação de investigação judicial eleitoral**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2005. p. 33-35.

PORTARI, R. **TSE aprova regras para eleições municipais 2016**. Disponível em: <<http://www.rodrigoportari.com.br/?p=9838>>. Acesso em: 17 de março de 2017. Dezembro, 2015.

RAMAYANA, Marcos. **Direito eleitoral**. 10^a ed. Rio de Janeiro: Impetus, 2010.

RUBIO, Delia Ferreira. **Financiamento de partidos e campanhas: fundos públicos versus privados**. Novos Estudos, nº 73, nov./2005. São Paulo: CEBRAP, 2005. p. 5-15.

SAMUELS, David. **Financiamento de campanhas no Brasil e propostas de reforma**. Suffragium – Revista do Tribunal Regional Eleitoral do Ceará, v. 1, n. 1, set/dez 2005. Fortaleza: TRE-CE, 2005. p. 11-28.

SANTANO, Ana Claudia. **O financiamento da política: teoria geral e experiências no direito comparado**. Curitiba: Ithala, 2014.

SARMENTO, O. **ELEIÇÕES, DINHEIRO E DEMOCRACIA: A ADI 4.650 e o modelo brasileiro de financiamento de campanhas eleitorais**. 2015. 24 pgs. Rio de Janeiro.

SARMENTO, Daniel; OSÓRIO, Aline. **Uma mistura tóxica: política, dinheiro e o financiamento das eleições**. Migalhas, Ribeirão Preto, 28 jan. 2014. Disponível em: <<http://www.migalhas.com.br/arquivos/2014/1/art20140130-01.pdf>>. Acesso em: 05 nov. 2014.

SILVA NETO, Manoel Jorge. **Curso de direito constitucional**. Rio de Janeiro: Editora Lumen Juris, 2006, p.191.

SPECK, Bruno Wilhelm. **O financiamento de campanhas eleitorais**. In: AVRITZER, Leonardo; ANASTASIA, Fátima (org.). **Reforma política no Brasil**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006, p. 157.

TELLES, Olívia Raposo da Silva. **Direito eleitoral comparado – Brasil, Estados Unidos, França**. São Paulo: Saraiva, 2009.

VELLOSO, Carlos Mário da Silva, AGRA, Walber de Moura. **Elementos de Direito Eleitoral**. 2. ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2010, p. 187.

VILLAS BÔAS, Regina V. **Efetivação da democracia no Estado Republicano de direito para a salvaguarda dos direitos e garantias fundamentais**. Revista de Direito Privado, São Paulo, v. 59, p. 11 [p. 1-12], jul. 2014. Disponível em: <http://www.univates.br/biblioteca/revista-dos-tribunais-online>>. Acesso em: 24 set. 2016.

VIOLATO, Paulo José de Albuquerque. **Financiamento empresarial de campanhas eleitorais**. Monografia apresentada como requisito parcial à obtenção do título de bacharel, no curso de Direito da Universidade de Brasília. Brasília: [S.N], 2014.

XAVIER, Allan Ferreira. **O financiamento de campanha eleitoral e a sua influência na representação Política**. Brasília: Vestnik, 2014.

ZOVATTO, Daniel. **Financiamento dos partidos e campanhas eleitorais na América Latina: uma análise comparada**. *Opinião Pública*. v. 11, n. 2. Campinas: CESOP, 2005. p. 287-336.

WALDSCHMIDT, H. **Breves notas sobre a minirreforma eleitoral 2015**. Disponível em: <http://www.justicaeleitoral.jus.br/arquivos/tre-ms-breves-notas-sobre-a-minirreforma-eleitoral-de-2015-1449677024470>>. Acesso em: 19 de março de 2017. TRE/MS, 2015.