

*Padrões de financiamento eleitoral no Brasil:
as receitas de postulantes à Câmara dos Deputados em 2010 e 2014*

*Patterns of electoral financing in Brazil:
the incoming of candidates for deputies in 2010 and 2014*

Introdução

O financiamento de campanhas políticas é indissociável da democracia e um dos elementos mais importantes para poder entendê-la (Nassmacher, 2003; Cervi, 2010; Speck e Santos, 2012). As questões envolvendo dinheiro e política podem afetar desde aspectos normativos da democracia, como a igualdade de condições de disputa (Przeworski, 1994), até a chance de vitória de um candidato (Samuels, 2001; Cervi, 2013; Speck e Mancuso, 2013; Mancuso e Figueiredo Filho, 2014), ou ainda sua atuação legislativa (Boas, Hidalgo e Richardson, 2014; Santos *et al.*, 2015). Entretanto, o financiamento da política garante que as campanhas eleitorais atinjam o maior número de eleitores e permite que partidos e candidatos estabeleçam vínculos mais fortes com a sociedade (Speck, 2002; Nassmacher, 2003).

Em que pese o grande número de trabalhos publicados recentemente tratando do financiamento eleitoral no Brasil,³ o maior interesse dos pesquisadores ainda tem sido sobre questões que envolvem as contribuições empresariais e seus efeitos. Estimar o

1 É doutorando em Ciência Política na Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). E-mail: <bfernando91@gmail.com>.

2 É doutor em Ciência Política com pós-doutorado em Partidos e Eleições pela Faculdade Latino-Americana de Ciências Sociais/Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Flacso/Capes). Professor do Programa de Pós-Graduação em Ciência Política da Universidade Federal do Paraná (UFPR). E-mail: <ecervi7@gmail.com>.

3 Para uma revisão das pesquisas mais relevantes produzidas até 2012 sobre o Brasil, ver Mancuso (2015a).

impacto dos demais doadores, com poucas exceções,⁴ ainda é algo pouco estudado. Diante disso, o objetivo deste artigo é abordar a importância das principais fontes de receitas eleitorais – pessoas jurídicas, pessoas físicas, partidos, recursos próprios e outros partidos ou candidatos – para as campanhas eleitorais de candidatos à Câmara dos Deputados nos anos de 2010 e 2014. Além disso, verificar como os competidores diferenciam-se em volume de arrecadação e quais recursos mais os distinguem. Para isto, duas variáveis foram empregadas na análise: o desempenho eleitoral dos candidatos e o posicionamento de seus partidos em relação ao governo federal.

Sabendo que as empresas alocam os recursos de maneira estratégica, com o objetivo de conquistar influência política dentro do parlamento (Mancuso, 2015b), a hipótese aqui é de que candidatos vitoriosos e pertencentes a partidos que apoiam o governo federal foram mais bem financiados do que os demais, e que as doações empresariais tiveram papel determinante nessa diferença. Em contrapartida, espera-se que candidatos não competitivos e opositoristas partilhem semelhanças em seus perfis de arrecadação, recebendo menor volume de doações e dependendo de recursos mais escassos, como provenientes da coligação, e/ou recursos próprios.

Para cotejar as receitas eleitorais dos candidatos, foram utilizadas estatísticas descritivas e testes de comparação de médias – teste *t* e análise de variância (ANOVA), conforme a adequação de cada um deles. Este artigo analisa apenas os competidores que declararam alguma receita em suas campanhas, totalizando 4.023 candidatos em 2010 e 4.812 no pleito de 2014. Todos os dados referentes ao financiamento eleitoral foram obtidos por meio do Repositório de Dados Eleitorais⁵ do Tribunal Superior Eleitoral (TSE).

A partir daqui, este trabalho está dividido em três partes. Na primeira, é feita uma breve revisão da literatura, que enfatiza

4 Como, por exemplo, Cervi (2010; 2013), Santos (2009) e Mancuso (2015b).

5 Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/eleicoes/repositorio-de-dados-eleitorais>>. Acesso em: 1º maio 2016.

a importância do financiamento de campanhas e alguns achados encontrados por pesquisas recentes acerca do caso brasileiro. Na segunda parte, são apresentados os resultados da pesquisa, com algumas análises preliminares sobre questões gerais das arrecadações de campanha e aspectos específicos das diferenças por desempenho eleitoral e posicionamento dos partidos nas eleições de 2010 e 2014. Por fim, a conclusão sintetiza os principais achados da pesquisa.

O impacto do dinheiro em regimes competitivos

A universalização do sufrágio em democracias contemporâneas tem como um dos seus efeitos mais evidentes o encarecimento das campanhas e o consequente protagonismo do dinheiro. Isto porque os partidos e candidatos precisaram ampliar o seu alcance dentro da sociedade, levando seus discursos a um número cada vez maior de eleitores (Speck, 2002). Uma outra explicação é a de que os recursos econômicos só se tornam relevantes em virtude da profissionalização da política e das novas formas de abordagem aos eleitores – essencialmente publicitária –, decorrente do declínio dos partidos de massa (Santos, 2010). Independentemente das razões, uma das principais consequências do protagonismo assumido pelo financiamento das campanhas eleitorais em regimes competitivos é a distorção que pode ser causada na relação entre financiador e financiado (Santos, 2010). Isto porque o predomínio de doações dá-se por meio de entes jurídicos, e não de cidadãos comuns. Além disso, o volume mais substantivo de doações realizadas às campanhas está concentrado em poucas empresas (Speck e Santos, 2012).

Alguns trabalhos recentes já têm tentando investigar se haveria efeitos mais perceptíveis da dependência econômica sobre o comportamento parlamentar e as contrapartidas recebidas pelos doadores. Notou-se até então que, em alguns casos, houve valorização nas ações de empresas que financiaram campanhas vitoriosas ou ainda obtenção de maior volume de contratos públicos e com maior valor (Claessens, Feijen e Laeven, 2008; Oliveira e Araujo, 2013; Boas, Hidalgo e Richardson, 2014). Contudo, ainda não há

confirmação empírica entre doação empresarial e apoio a determinada agenda parlamentar em votações em plenário (Santos *et al.*, 2015).

Certamente um dos efeitos mais observados do impacto do dinheiro sobre a competição política é o desequilíbrio causado pelas presenças díspares de recursos em campanhas. Quer dizer, portanto, que candidatos mais bem financiados são aqueles que apresentam maiores números de votos em eleições proporcionais e majoritárias (Samuels, 2001; Peixoto, 2010; Figueiredo Filho *et al.*, 2013; Speck e Mancuso, 2012; Speck e Cervi, 2013; Eduardo, 2014). Mas mais do que bem votados, um grande volume de receitas afeta positivamente a chance de sucesso eleitoral dos competidores (Cervi, 2010; Speck, Sacchet e Santos, 2012; Cervi, 2013; Mancuso e Figueiredo Filho, 2014).

Diante da centralidade dos recursos econômicos, importa saber o que afeta as arrecadações de campanha dos candidatos e como elas se constituem. Em geral, variáveis como o posicionamento do partido em relação ao governo federal, a experiência política (concorrer à reeleição ou ter ocupado cargos como secretarias estaduais), o tamanho do partido e a ocupação prévia são determinantes para compreender o financiamento individual dos candidatos (Lemos, Marcelino e Pederiva, 2010; Mancuso, 2012; Borges, 2014; Mancuso e Figueiredo Filho, 2014; Cervi e Silva, 2015).

O comportamento coletivo dos doadores ou os interesses empresariais, contudo, podem esconder importantes diferenças entre as formas de participação dos diversos tipos de atores envolvidos no financiamento eleitoral. É o que demonstra, por exemplo, Speck (2011), ao analisar a participação de empresas e pessoas físicas nas doações de campanha. Tendo como base as eleições de 2010 para a Câmara dos Deputados, o autor aponta que cidadãos e empresas fazem opções distintas. Analisando os candidatos pelo posicionamento ideológico dos partidos, ele verificou que empresas distribuem os recursos entre esquerda, direita e centro de maneira mais equânime, enquanto os cidadãos doaram maior percentual de recursos aos partidos de esquerda. Já ao observar o posicionamento

em relação ao governo federal, ambos financiaram em maior volume os candidatos da base aliada do governo; todavia, as pessoas físicas destinaram proporcionalmente mais recursos aos competidores de partidos governistas do que as empresas (*op. cit.*).

Os trabalhos supracitados demonstram, entre outras coisas, que o dinheiro afeta as condições de disputa, uma vez que candidatos com mais recursos têm maiores chances de vitória. Além disso, as doações eleitorais são distribuídas de maneira desigual entre os competidores, favorecendo determinado perfil político e social. Neste sentido, é importante verificar como os candidatos arrecadam seus recursos. Em outras palavras, se há predomínio de alguns tipos de doadores em detrimento de outros e quais fontes contribuem positivamente para diferenciar os candidatos em termos de financiamento. São esses objetivos que a seção seguinte persegue.

O financiamento de campanhas em 2010 e 2014

Mais do que empiricamente orientadas, as pesquisas em ciências sociais devem fornecer informações suficientes para que elas possam ser falseadas e/ou replicadas (King, 1995; Babbie, 2003). Por essa razão, é importante destacar os procedimentos e as fontes utilizadas pela pesquisa antes de analisar os resultados obtidos. Para este artigo, foram utilizados os bancos de dados disponibilizados pelo Repositório de Dados Eleitorais do TSE. Já para a análise, foram considerados apenas os candidatos que declararam ter recebido doações ou empregado recursos próprios para financiar suas campanhas. Essa escolha reflete o principal interesse do trabalho, que está em compreender os padrões das doações de campanha no Brasil. Além disso, caso fossem incluídos os candidatos que não declararam receitas, isto poderia afetar o entendimento das receitas dos atores que interessam a esta pesquisa – os financiados.

Para a utilização dos dados, duas alterações foram promovidas nos valores originalmente disponibilizados pelo TSE. Uma delas foi

a deflação das receitas eleitorais referentes ao pleito de 2014.⁶ Para a realização desse procedimento, foi utilizado o Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), como o índice de cálculo da inflação. Segundo ele, no período de outubro de 2010 a outubro de 2014, a inflação acumulada foi de 28,2%. Tomou-se esse valor, portanto, como base para o deflacionamento das receitas da eleição mais recente. A segunda alteração, que aparecerá somente nos testes de diferenças de média, foi com o objetivo de adequar os dados ao pressuposto de normalidade das distribuições exigido pelas ferramentas empregadas – teste *t* e ANOVA. Para isso, os valores das receitas eleitorais foram convertidos em seus logaritmos naturais, fazendo com que as distribuições se aproximassem de uma curva normal, possibilitando a execução dos testes.⁷

Feitas essas considerações, a tabela 1 sumariza as estatísticas descritivas das principais fontes de receitas eleitorais presentes nas eleições de 2010 e 2014.⁸ Ao todo, 4.023 candidatos declararam ter recebido algum tipo de doação nas eleições de 2010, enquanto em 2014 esse número foi de 4.812. As medidas de tendência central e dispersão apresentadas consideram apenas os indivíduos que receberam cada um dos recursos analisados.

6 A não deflação dos recursos poderia induzir a conclusões precipitadas e incorretas em relação às prestações de contas, como, por exemplo, de que as eleições à Câmara dos Deputados encareceram de 2010 para 2014. Sem o desconto da inflação acumulada do período, teríamos que o total arrecadado em 2014 foi de R\$ 1,1 bilhão. Todavia, contrapor os recursos de 2010 com o valor real (não deflacionado) de 2014 seria desconsiderar a desvalorização da moeda nacional, o que inviabilizaria a comparação.

7 Barbeta (2014) afirma que o pressuposto da normalidade das distribuições pode ser relaxado ao se tratar de grandes amostras. Contudo, sem que os valores fossem logaritimizados haveria flagrante violação da exigência dos testes, uma vez que a variância era muito elevada e as curvas estavam muito distantes de uma normalidade.

8 Por representarem apenas 1,1% e 0,1% do total arrecadado em 2010 e 2014, respectivamente, os recursos identificados como aplicações financeiras e comercialização de bens e serviços foram excluídos da análise.

Tabela 1 – Estatísticas descritivas de arrecadação (valores em R\$)

2010						
Tipo de recurso	Outros candidatos	Partido	Recursos próprios	Pessoas físicas	Pessoas jurídicas	Total
Média	40.013	144.371	47.681	44.647	217.370	225.987
Desvio padrão	158.167	294.967	231.298	97.127	416.013	555.344
Mediana	4.200	20.000	5.279	10.060	32.000	14.216
Total	121.879.243	175.844.420	121.157.305	111.127.380	368.877.505	909.144.940
2014						
Média deflacionada	25.047	140.695	33.326	31.996	151.799	172.828
Desvio padrão	83.952	353.809	130.584	81.377	310.603	464.135
Mediana deflacionada	3.066	5.026	3.896	3.877	21.540	8.585
Total deflacionado	75.741.088	307.277.424	89.146.975	108.112.847	250.771.460	831.649.471

Fonte: Repositório de Dados Eleitorais (TSE).

Elaboração própria.

Obs.: São utilizados, neste trabalho, dados oficiais disponibilizados na área “repositório” do *website* do TSE. De acordo com regulamentação própria do TSE para as eleições de 2010 e 2014, as informações são disponibilizadas por tipo de doador (pessoa física, pessoa jurídica, recursos próprios, outros candidatos, partido político, internet e outros) e por tipo de entrada (candidato, partido ou comitê financeiro da campanha). Com isso, é plenamente possível identificar os tipos de doadores e a forma de doação declarada, independentemente da composição da coligação partidária da qual o candidato faz parte. Não é possível tratar dos recursos não declarados ao TSE.

Uma primeira informação relevante é quanto à inflexão do montante total arrecadado pelos candidatos da eleição de 2010 para 2014, contrariando o que achados recentes da literatura apontavam (Speck, 2011; Cervi, 2013). Em que pese a redução de aproximadamente R\$ 77 milhões nas receitas, deve-se atentar ao fato de que não ocorreu uma diminuição no número de candidatos de 2010 para 2014 que justificasse essa redução de recursos – pelo contrário, houve um aumento na quantidade de competidores. O efeito mais evidente (e esperado) desta redução no volume total de doações foi a diminuição do valor médio de contribuição de cada uma das fontes. Os repasses partidários foram os menos afetados em termos de doação média, mas trataremos desse aspecto mais adiante.

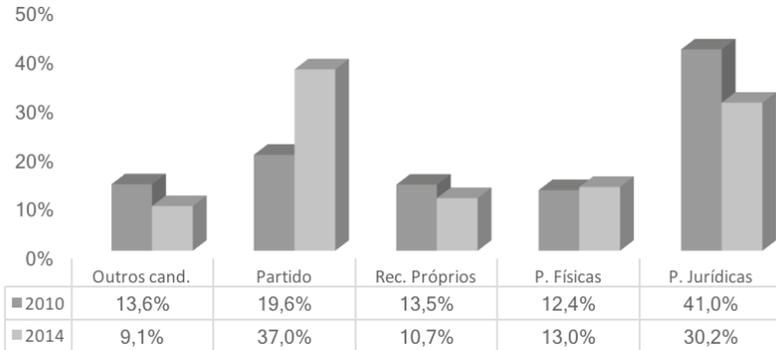
Abordando as receitas separadamente, verifica-se que, em ambas as eleições, três fontes apresentaram um padrão muito semelhante: doações de outros candidatos ou partidos,⁹ de pessoas físicas e recursos próprios. Observa-se, em todas estas fontes, uma redução do valor médio (em torno de R\$ 15 mil) e da mediana de 2010 para 2014. O desvio padrão também se manteve estável: as maiores variações foram encontradas em recursos próprios e as menores em doações de pessoas físicas. É dizer que os candidatos empregam valores muito distintos em suas próprias campanhas e que as diferenças nos valores doados pelas pessoas físicas aos candidatos são menores, ainda que a variação em torno da média seja muito elevada.

Já em relação às doações provenientes de partidos e de pessoas jurídicas, grandes diferenças podem ser observadas entre as eleições. A primeira delas é quanto ao total: em 2010, as empresas doaram mais do que o dobro investido pelos partidos, enquanto em 2014 houve maior presença de repasses partidários do que empresariais. A segunda diferença, em decorrência da primeira, é em relação às medidas de tendência central: observa-se, em ambas as eleições, que o valor médio doado pelas empresas foi superior; entretanto, a diferença entre pessoas jurídicas e partidos foi atenuada em 2014 (apenas de R\$ 11 mil, enquanto em 2010 foi de R\$ 73 mil). Com a mediana verifica-se o inverso, uma vez que aumentaram as discrepâncias entre as duas fontes de receita. Esse dado, corroborado pelos desvios padrão, indica que o aumento das doações partidárias elevou também a desigualdade nos valores recebidos pelos candidatos. É possível concluir, portanto, que as duas principais fontes de financiamento dos competidores, partido e empresas, distribuem os recursos de maneira muito distinta entre os candidatos.

Para analisar o impacto que cada fonte teve para o total arrecadado nas duas eleições, o gráfico 1 mostra, em porcentagens, o quanto cada receita representou para a soma declarada pelos candidatos nas eleições de 2010 e 2014.

9 Esse tipo de doação refere-se a repasses de candidatos que concorrem por outros cargos ou de partidos que compõem a coligação do candidato beneficiado.

Gráfico 1 – Perfil de financiamento nas eleições de 2010 e 2014



Fonte: Repositório de Dados Eleitorais (TSE).
Elaboração própria.

Como as medidas de tendência central já indicavam, pouco se alterou em relação às doações de outros candidatos, recursos próprios e pessoas físicas. O dado mais importante, evidentemente, é a inversão de importância que sofreram as doações provenientes de empresas e de partidos. Se em 2010 os recursos de pessoas jurídicas representaram mais que o dobro do total doado pelos partidos, em 2014 as transferências partidárias tornaram-se a principal fonte de receitas, representando 37% do total arrecadado. Enquanto as doações empresárias reduziram em importância para o total, os recursos partidários quase dobraram em relação ao pleito de 2010.¹⁰ É possível questionar, todavia, qual é a origem dos recursos repassados pelos partidos e pelas coligações. A partir da Resolução nº 23.406/2014, do TSE, que fixou as normas para a arrecadação de recursos e as prestações de contas nas eleições de 2014, os partidos e as coligações tornaram-se obrigados a identificar a origem dos recursos enviados aos seus candidatos. Com isto, tornou-se possível verificar a procedência das contribuições feitas pelos partidos.

10 Ao analisar as receitas de candidatos a prefeito pelas capitais brasileiras em 2008 e 2012, Cervi (2013) também pôde observar um aumento significativo das doações partidárias nas prestações de contas. Portanto, não se trata de um fenômeno isolado ou que fosse possível de ser explicado em virtude da característica proporcional da eleição à Câmara dos Deputados, por exemplo.

A tabela 2 reporta quais foram os doadores originários dos repasses partidários e das coligações aos candidatos a deputado federal no pleito de 2014.¹¹ Infelizmente, não é possível comparar esses valores nas duas eleições, pois em 2010 ainda não havia a identificação de doadores originários. As bases de dados do TSE identificam um recurso doado pelo partido a qualquer candidato como sendo originário de pessoa jurídica, pessoa física, fundo partidário e outros,¹² sem informar ao que se refere este último.

Tabela 2 – Doadores originários de recursos partidários (2014)

Origem do recurso	Outros candidatos		Partido	
	Soma (R\$)	%	Soma (R\$)	%
Pessoas jurídicas	71.057.305	68,3	383.331.193	89,6
Fundo partidário	3.959.428	3,8	31.995.208	7,5
Pessoas físicas	8.271.171	7,9	8.734.880	2,0
Outros	22.201.076	19,9	3.901.705	0,9
Total	105.488.981	100	427.962.986	100

Fonte: Repositório de Dados Eleitorais (TSE).
Elaboração própria.

Analisando a origem dos repasses das coligações e dos partidos fica claro que predominam valores destinados por empresas aos comitês financeiros ou aos partidos. Dos R\$ 105 milhões transferidos das coligações aos candidatos, 67,4% tiveram origem em contribuições empresariais, enquanto dos R\$ 427 milhões repassados pelos partidos, R\$ 383 milhões (89,6%) foram doados originariamente por empresas. Quando se fala em aumento de contribuições partidárias aos candidatos de 2010 para 2014, portanto, isto

11 Os valores reportados não foram deflacionados, uma vez que não se pretende cotejar essas informações com de eleições anteriores, uma vez que esta foi uma novidade criada para o pleito de 2014 e não há dados que possam ser comparados.

12 Possivelmente esse se refere a contribuições compulsórias dos filiados e doações feitas por cidadãos e empresas em período não eleitoral.

nada mais é do que o resultado de uma alteração de estratégia das empresas. Nas eleições de 2014, estas optaram por investir maiores valores em comitês financeiros e partidos do que os doar diretamente aos candidatos. Mesmo sem as informações dos doadores originários de 2010, é possível afirmar que naquele ano predominaram as contribuições diretas das empresas aos candidatos, tendo em vista que a soma dos recursos das coligações e dos partidos ainda é inferior ao total investido pelas empresas em candidaturas individuais.

Mancuso (2015b) sugere duas hipóteses para refletir sobre o protagonismo assumido pelos partidos no que tange ao financiamento eleitoral. Uma delas está relacionada a um possível fortalecimento dos partidos políticos. Neste contexto, as empresas optariam por doar mais a eles em detrimento dos candidatos como tentativa de estabelecer vínculos, conquistando maior capacidade de influenciar a política por meio das suas relações com os partidos. Contudo, o fenômeno das doações indiretas pode ser apenas uma forma de permanecer contribuindo com candidaturas específicas, porém utilizando os partidos como intermediários em uma tentativa de ocultar os vínculos entre políticos e empresas (*op. cit.*).

Feitas essas considerações gerais sobre as prestações de contas nas duas eleições, a análise passa a concentrar-se sobre a importância das diferentes receitas segundo o desempenho eleitoral dos candidatos e o posicionamento em relação ao governo federal adotado por seus partidos.

Um extenso número de trabalhos tem demonstrado que o volume de recursos aplicados em campanha é um fator muito importante para compreender os resultados eleitorais brasileiros (Samuels, 2001; Cervi, 2010; Speck e Mancuso, 2012; Figueiredo Filho *et al.*, 2013; Eduardo, 2014; Mancuso e Figueiredo Filho, 2014). Entretanto, a diferença entre os candidatos é vista somente em relação ao total arrecadado ou eles se distinguem também em padrão de financiamento? Buscando responder a essa pergunta, categorizamos os concorrentes em quatro grupos: reeleitos, eleitos, derrotados competitivos e derrotados não competitivos. Esta

divisão deve-se ao entendimento de que a separação apenas entre eleitos e não eleitos seria muito abrangente para esta pesquisa, afinal o grupo de não eleitos contempla um grande número de candidatos que se distinguem em desempenho eleitoral e captação de recursos. Assim, foram criadas duas categorias de derrotados: não competitivos e competitivos.

O critério adotado para a definição dos derrotados é a quantidade de votos que eles obtiveram. Desta forma, foram codificados como não competitivos todos aqueles candidatos presentes no quartil mais baixo de votação entre os não eleitos, por Unidade da Federação (UF) – portanto, algo em torno de 25% dos candidatos derrotados de cada estado e do Distrito Federal. Já os demais não eleitos foram considerados competitivos. Por fim, os reeleitos são todos aqueles candidatos que ocuparam, em algum momento da legislatura precedente a cada uma das eleições, o cargo de deputado federal.

A seguir, a tabela 3 apresenta as estatísticas descritivas de cada uma das receitas declaradas, em reais, segundo o desempenho eleitoral dos candidatos.

Tabela 3 – Estatísticas descritivas de arrecadação por desempenho, em 2010 (valores em R\$)

Competitividade		Outros candidatos	Partido	Recursos próprios	Pessoas físicas	Pessoas jurídicas	Total
Reeleitos	Média	166.486	401.631	104.353	124.462	649.461	1.290.457
	Desvio padrão	403.570	434.042	164.120	159.545	603.264	974.516
	Mediana	50.540	250.000	34.552	70.672	499.393	1.028.308
Eleitos	Média	155.448	265.547	112.242	127.325	424.166	920.142
	Desvio padrão	284.672	425.152	285.111	153.858	522.650	877.231
	Mediana	49.725	111.259	30.488	88.475	211.360	608.480
Derrotados competitivos	Média	23.716	72.886	42.602	27.982	91.905	124.525
	Desvio padrão	80.461	151.397	252.680	64.765	227.640	336.955
	Mediana	4.296	9.750	5.135	7.600	13.425	17.747

Competitividade		Outros candidatos	Partido	Recursos próprios	Pessoas físicas	Pessoas jurídicas	Total
Derrotados não competitivos	Média	5.006	9.427	2.180	2.144	2.054	7.255
	Desvio padrão	14.711	74.532	5.314	3.501	3.805	37.267
	Mediana	1.480	1.618	800	935	500	2.422

Fonte: Repositório de Dados Eleitorais (TSE).

Elaboração própria.

Como era esperado, à medida que existe um incremento no desempenho dos candidatos, verifica-se também uma melhoria nas médias e medianas do total arrecadado. Assim, os reeleitos, que foram os competidores com maior volume de financiamento total, obtiveram, em média, 1,4 vez mais recursos do que os demais eleitos, enquanto estes tiveram média 7,4 vezes superior aos derrotados competitivos. Por fim, estes apresentaram uma receita total em média 17,2 vezes maior do que os candidatos não competitivos.

Analisando os grupos de candidatos em separado, observa-se que os não competitivos tiveram receitas médias e medianas de valor muito mais baixo do que todos os demais candidatos junto a todos os tipos de doadores. Além disso, foram as contribuições dos próprios partidos de não competitivos que apresentaram valor mais elevado.¹³ Outro ponto que merece atenção é o fato das contribuições de pessoas jurídicas terem sido as de menor valor médio, contrariando a tendência observada para todas as outras categorias de candidatos, em que as doações empresarias foram, em média, mais elevadas do que de outras fontes.

Já o perfil de arrecadação de derrotados competitivos é muito distinto de seus pares não competitivos – o que ressalta a importância de os analisar separadamente. De saída, nota-se que as médias e medianas de competitivos são muito superiores às de não competitivos em cada um dos diferentes tipos de doadores. Outra diferença importante é que, para os competitivos, foram as

13 Entretanto, é preciso observar que o desvio padrão das doações partidárias foi elevado (74.532), indicando que houve uma destinação muito desigual de recursos partidários até mesmo entre os não competitivos.

doações empresariais que tiveram maior valor médio. O desvio padrão muito elevado para esse tipo de doação revela, contudo, que a distribuição dos recursos foi altamente assimétrica, com alguns candidatos recebendo muito e outros muito pouco.

Por fim, eleitos e reeleitos seguem a mesma tendência de arrecadação dos competitivos, tendo como fonte de receitas mais elevadas as pessoas jurídicas e os partidos. Contudo, os vitoriosos diferenciam-se dos competitivos em relação ao volume de recursos que aplicam em suas próprias campanhas: enquanto eles têm maior dependência dessa fonte de receita, sendo a terceira mais elevada em valor médio, eleitos e reeleitos recebem, em média, maior volume de doações de pessoas físicas e investem pouco em suas próprias candidaturas. Além disso, é importante notar que as diferenças de médias entre os reeleitos e os eleitos são muito inferiores entre eles próprios do que entre eles e os derrotados.

Os dados descritivos apresentados sugerem diferenças nas arrecadações médias dos candidatos por desempenho. Todavia, as estatísticas descritivas são insuficientes para afirmar com segurança que os grupos diferenciam-se de fato. Para testar as diferenças de médias dos candidatos, empregamos um teste ANOVA. A tabela 4 traz os valores de F da referida ferramenta estatística por desempenho dos candidatos nas eleições de 2010.¹⁴

Tabela 4 – ANOVA entre grupos, por competitividade (2010)

Recurso	F	Sig.
Outros candidatos	308,4	0,000
Partido	277,9	0,000
Recursos próprios	272,9	0,000
Pessoas físicas	406,0	0,000

14 Diante dos valores significativos de F para as variações entre grupos, optou-se por suprimir os coeficientes de F para a comparação dentro dos grupos com o objetivo de simplificar a leitura dos dados.

Recurso	<i>F</i>	Sig.
Pessoas jurídicas	310,0	0,000

Elaboração própria.

Primeiramente, é necessário destacar que os dados da estatística *F* foram todos significativos.¹⁵ Além disso, os maiores valores de *F* foram encontrados com relação às doações de pessoas físicas (406), pessoas jurídicas (310) e outros candidatos e partidos (308,4). Isto indica que as maiores variações em recursos declarados pelos candidatos estão nessas categorias.

A ANOVA, entretanto, não permite que sejam feitas comparações entre cada um dos grupos, apontando onde estão, por exemplo, as maiores diferenças médias entre reeleitos e eleitos ou competitivos e não competitivos. Desta forma, a tabela A1, do apêndice, traz os resultados do teste de Tukey para múltiplas comparações de média. Os resultados confirmam que as diferenças de receitas são estatisticamente significativas para quase todas as comparações. As exceções são apenas as doações feitas por pessoas físicas, outros candidatos e autofinanciamento na comparação entre eleitos e reeleitos: nestes casos, se estivéssemos tratando de amostras, não seria possível assumir que as diferenças são significativas. Em todas as outras comparações, à medida que o desempenho eleitoral foi superior, foi maior também o valor médio de doação recebida, tanto em relação ao total quanto para cada uma das fontes de receitas.

A tabela 5, por sua vez, apresenta as estatísticas descritivas de cada uma das fontes de receita nas eleições de 2014, por desempenho dos candidatos. Conforme informado anteriormente, os valores foram deflacionados pelo índice acumulado do IPCA (28,2%).

15 Como não estamos tratando de dados amostrais, mas sim populacionais, optamos por apresentar os valores de *F* apenas para indicar que os coeficientes de *F* são elevados em todas as comparações apresentadas.

Tabela 5 – Estatísticas descritivas de arrecadação por desempenho, em 2014 (valores em R\$)

Desempenho eleitoral		Outros candidatos	Partido	Recursos próprios	Pessoas físicas	Pessoas jurídicas	Total
Reeleito	Média	86.694	588.267	106.633	104.033	400.472	1.149.335
	Desvio padrão	164.596	600.811	281.561	111.448	474.305	901.182
	Mediana	34.626	359.000	31.592	62.492	216.836	921.164
Eleito	Média	119.478	393.484	120.404	132.584	324.781	878.603
	Desvio padrão	218.066	632.282	282.358	198.319	445.773	895.923
	Mediana	38.080	166.038	25.582	63.165	168.694	576.393
Derrotado competitivo	Média	16.290	67.226	22.160	20.997	69.165	90.970
	Desvio padrão	45.129	176.788	76.095	50.410	155.368	239.495
	Mediana	3.119	4.103	3.590	3.747	9.420	10.611
Derrotado não competitivo	Média	4.118	7.860	3.881	3.193	13.428	9.094
	Desvio padrão	19.945	35.537	13.101	11.579	41.881	42.229
	Mediana	846	1.285	647	816	1.077	1.613

Fonte: Repositório de Dados Eleitorais (TSE).
Elaboração própria.

Em 2014, mais uma vez é notada uma grande disparidade de receitas entre derrotados e eleitos, assim como em relação a não competitivos e competitivos. Todavia, ocorreram algumas mudanças na distribuição de recursos. Os não competitivos, por exemplo, passaram a arrecadar maiores valores por meio de empresas. Essa fonte de receita que era exígua em 2010, com média e mediana inferiores a todas as outras fontes, tornou-se a de média mais elevada (em que pese o alto desvio padrão) e a segunda mediana mais alta para esses candidatos.

Os demais grupos de candidatos mantiveram o padrão da eleição anterior, em que receberam, em média, mais recursos de empresas e partidos. Chama a atenção, porém, o aumento das médias e medianas das doações partidárias aos eleitos e reeleitos. No caso destes, ambas as medidas de tendência central foram superiores às demais fontes de

receita (entre eleitos, a mediana de doações de pessoas jurídicas foi maior do que para repasses partidários). Deve-se notar também que a distribuição de receitas provenientes de partidos foi desigual até mesmo entre reeleitos e eleitos, como se conclui pelos desvios padrão elevados.

O aumento do valor das doações partidárias já era esperado, uma vez que cresceu também o impacto dessa fonte de financiamento nas eleições de 2014. Todavia, como se observa, derrotados não tiveram as médias de doação partidária aumentadas, apenas os vitoriosos receberam maiores valores dessa fonte. Assim, é possível concluir que, mesmo com mais recursos, os partidos continuaram privilegiado algumas candidaturas (mais viáveis eleitoralmente), acirrando a competição por recursos em detrimento de promover condições menos desiguais de disputa entre seus próprios candidatos.

A tabela 6, a seguir, sumariza os valores de F entre grupos da ANOVA das receitas dos candidatos em 2014, por desempenho eleitoral.

Tabela 6 – ANOVA entre grupos, por competitividade (2014)

Recurso	F	Sig.
Outros candidatos	267,5	0,000
Partidos	471,2	0,000
Recursos próprios	220,4	0,000
Pessoas físicas	289,5	0,000
Pessoas jurídicas	233,6	0,000

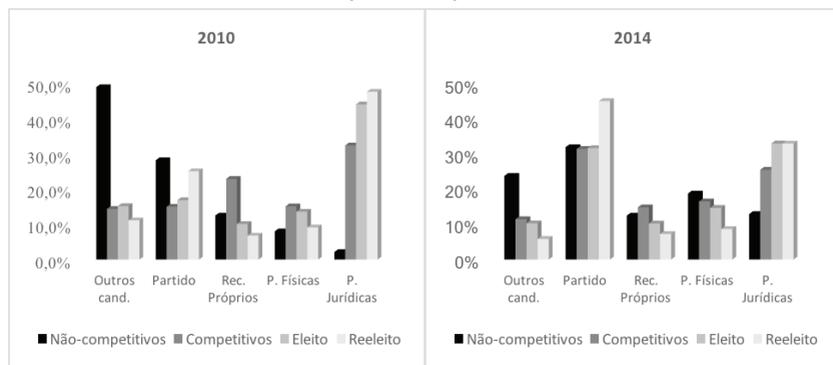
Elaboração própria.

Mais uma vez, a ANOVA aponta diferenças significativas de receitas entre os grupos. Portanto, há variação real por competitividade dos candidatos, e não internamente aos grupos, como indicam os coeficientes elevados de F . As maiores diferenças foram encontradas em recursos partidários ($F = 471,2$). Já o teste de Tukey para múltiplas comparações de médias, presente a tabela A2, do apêndice, reforça o argumento de desigualdade, sobretudo entre vitoriosos e derrotados e competitivos e não competitivos. Mais

uma vez, as menores diferenças deram-se entre receitas de reeleitos e eleitos. Assim como em 2010, os valores de F foram muito baixos na comparação de médias de pessoas físicas, outros candidatos e recursos próprios. Todavia, diferentemente de 2010, em 2014 a diferença entre doações de pessoas jurídicas também foi muito pequena. Portanto, é possível afirmar que os candidatos que concorreram à reeleição (e venceram) tiveram menos vantagens econômicas sobre os candidatos desafiantes vitoriosos se comparado à eleição anterior. Porém, ainda assim conseguiram beneficiar-se mais do que todos os seus concorrentes das doações partidárias, que foram as mais volumosas do pleito de 2014.

Enfatizadas as diferenças de arrecadações médias dos candidatos, o gráfico 2 trata da importância dos principais recursos de campanha para reeleitos, eleitos, competitivos e não competitivos nas eleições de 2010 e 2014.

Gráfico 2 – Perfil de financiamento, por desempenho (2010-2014)



Fonte: Repositório de Dados Eleitorais (TSE).

Elaboração própria.

Em relação ao pleito de 2010, foram os candidatos com pior desempenho eleitoral (aqueles que ficaram no quartil inferior de votação em seus distritos) que apresentaram um perfil de arrecadação mais destoante dos demais. Para estes não competitivos, prevaleceram

os repasses de outros candidatos e partidos – representando quase 50% do total arrecadado. Já ao olhar para os derrotados competitivos, notam-se grandes diferenças: eles arrecadaram, sobretudo, de empresas e recursos próprios, enquanto as doações de outros candidatos e partidos apresentaram o menor impacto sobre o total. Por fim, eleitos e reeleitos tiveram padrão semelhante de arrecadação, sendo as pessoas jurídicas e os partidos políticos suas fontes de receita mais importantes. Nota-se, desta forma, que tais doadores foram estratégicos na alocação de recursos, financiando fortemente candidatos com capital político (notadamente, concorrentes à reeleição) e melhores chances de vitória (eleitos e competitivos).

No que se refere às eleições de 2014, a principal distinção para o que se viu em 2010 foi a redução das diferenças entre os perfis de financiamento dos grupos de candidatos. Isto ocorre em virtude do aumento da importância das doações de pessoas físicas e jurídicas aos não competitivos e da diminuição da preponderância de repasses feitos pelas coligações a eles (de 49% para 23%). Já os competitivos, que haviam recebido maior percentual de doações empresariais na eleição anterior, em 2014 mais que dobraram a proporção de recursos recebidos dos partidos (de 15% para 31,5%). Em oposição, houve uma redução em 7 pontos percentuais (p.p.) de receitas provenientes de pessoas jurídicas a estes candidatos. Fenômeno semelhante é visto nas contas de eleitos e reeleitos, que receberam menos recursos de empresas e aumentaram suas arrecadações junto aos partidos. Portanto, o único grupo que viu seu percentual de doações de pessoas jurídicas crescer foi de derrotados não competitivos. Ainda assim, foram eles que menos arrecadaram junto à sociedade (pessoas físicas e jurídicas) – somadas, estas receitas representaram apenas 31% do total de financiamento.

Até aqui, vimos que desempenho eleitoral e financiamento de campanhas estiveram relacionados em ambas as eleições. Mais do que simplesmente conquistar um volume maior de receitas, candidatos que saem vitoriosos ou que são competitivos arrecadam de

maneira oposta de não competitivos.¹⁶ Enquanto estes dependem, em grande parte, de repasses de menor valor feitos pelas coligações e pelos partidos, sendo pouco atrativos aos eleitores e às empresas, os demais são financiados pelos principais doadores de campanha: empresas e partidos. Outro detalhe importante é que, como se esperava, até mesmo entre os derrotados são verificadas diferenças em suas arrecadações, tanto em volume quanto em forma. Além disso, foi possível demonstrar que as desigualdades de receitas não são causadas apenas pelos financiadores privados, mas que partidos, coligações e os recursos próprios colaboram para o aumento das desigualdades de disputa entre os candidatos – como mostraram as múltiplas comparações de médias e a ANOVA.

Testar o efeito do pertencimento à base do governo para tentar explicar o volume de recursos recebidos é algo recorrente nos trabalhos sobre financiamento eleitoral (Lemos, Marcelino e Pederiva, 2010; Speck, 2011; Mancuso, 2012; Araújo, Cunha e Silotto, 2015; Mancuso e Figueiredo Filho, 2014; Mancuso e Speck, 2015). Em geral, encontram-se evidências de que candidatos de partidos aliados ao governo recebem maior volume de recursos. Contudo, a forma com que esses competidores são financiados e o que os diferencia ainda é algo pouco explorado – vale destacar como exceção o estudo de Speck (2011). Desta forma, as linhas que seguem exploram as prestações de contas de candidatos que

16 É importante notar que a identificação de uma associação positiva entre volume de recursos e tipo de arrecadação com o desempenho eleitoral não nos permite concluir uma relação de determinação entre dinheiro e voto. O que os dados indicam é que mais dinheiro e mais votos estão juntos. O que vem antes e o que vem depois não é objeto de análise da pesquisa apresentada aqui.

concorreram por partidos de governo e oposição nas eleições de 2010 e 2014.¹⁷

A tabela 7 sumariza as estatísticas descritivas de financiamento eleitoral recebido pelos candidatos de partidos da base aliada e oposição nas eleições de 2010 e 2014.¹⁸

Tabela 7 – Receitas de governo e oposição nas eleições de 2010 e 2014 (valores em R\$)

2010							
Posicionamento		Outros candidatos	Partido	Recursos próprios	Pessoas físicas	Pessoas jurídicas	Total
Governo	Média	51.255	147.438	54.325	50.552	201.059	261.771
	Desvio padrão	188.776	293.989	261.902	104.975	381.287	582.416
	Mediana	5.558	36.674	7.131	13.380	38.350	25.571
Oposição	Média	20.012	136.451	35.183	33.364	256.090	168.472
	Desvio padrão.	74.249	297.766	157.838	78.852	486.903	503.704
	Mediana	2.295	5.219	3.100	5.638	24.000	6.200
2014							
Governo	Média	42.201	216.614	43.355	46.491	188.472	303.597
	Desvio padrão	112.921	413.242	156.582	86.200	325.020	589.587
	Mediana	8.173	35.900	7.898	10.591	45.517	34.880

17 O critério adotado para distinguir governo e oposição foi o posicionamento do partido no Congresso Nacional em relação ao governo federal. Desta forma, compunham a base do governo em junho de 2010 (período anterior ao eleitoral): Partido dos Trabalhadores (PT), Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB), Partido Progressista (PP), Partido da República (PR), Partido Trabalhista Brasileiro (PTB), Partido Democrático Trabalhista (PDT), Partido Socialista Brasileiro (PSB), Partido Comunista do Brasil (PCdoB), Partido da Mobilização Nacional (PMN), Partido Republicano Brasileiro (PRB), Partido Verde (PV) e Partido Social Cristão (PSC). Na mesma época, em 2014, a base aliada era formada por: PT, PMDB, PSD, PP, PR, PDT, PRB, PCdoB e Partido Republicano da Ordem Social (PROS). Uma outra forma de abordagem seria por partido ou por grupo ideológico de partidos. Acreditamos que a diferenciação de padrões entre os principais partidos brasileiros também seja produtiva para identificar diferenças e semelhanças entre eles, porém não é objeto deste trabalho.

18 Deve-se atentar ao fato de que a classificação entre governo e oposição aqui adotada não considera a atuação do partido no âmbito estadual. Desta forma, muitos partidos que são tidos como governistas podem ter estado em lado oposto ao governo federal dentro de seus distritos. Entretanto, a classificação por nós adotada é amplamente aceita pela literatura.

2010							
Posicionamento		Outros candidatos	Partido	Recursos próprios	Pessoas físicas	Pessoas jurídicas	Total
Oposição	Média	15.183	86.773	27.329	23.420	118.994	106.399
	Desvio padrão	59.218	293.092	111.821	77.132	293.441	367.768
	Mediana	1.796	3.446	2.588	2.154	10.770	5.036

Fonte: Repositório de Dados Eleitorais (TSE).
Elaboração própria.

Observando inicialmente as receitas relativas à eleição de 2010, verifica-se que governistas receberam mais recursos totais do que opositoristas, tanto em média quanto em mediana. O desvio padrão mais elevado para candidatos de partidos do governo, entretanto, mostra que há maior variação em torno da média nas prestações de contas destes. A média e a mediana inferiores dos opositoristas são encontradas também em relação a cada uma das fontes de arrecadação. A única exceção fica por conta das doações empresariais, em que a média de candidatos da oposição superou governistas; todavia, na mediana houve inversão. Considerando que o desvio padrão foi bem superior para os opositoristas, é possível que a média destes candidatos tenha sido elevada em virtude de casos extremos.

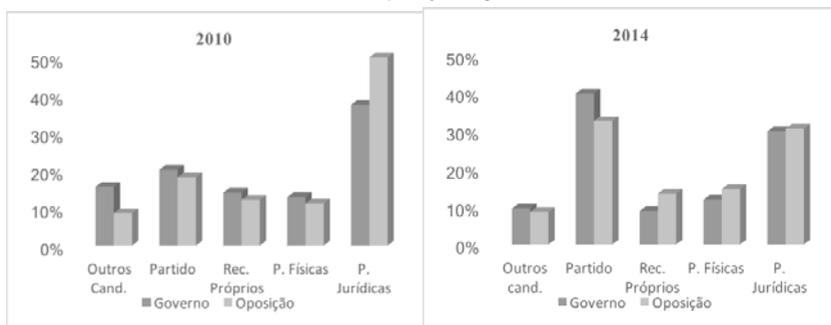
Para a eleição de 2014, as diferenças entre os grupos tornam-se ainda mais perceptíveis: candidatos por partidos de governo arrecadaram muito mais do que seus pares em todas as fontes de recursos e no total. Os desvios mais elevados entre as estatísticas de governistas ressaltam que, entre estes candidatos, há maior variação de receitas. Destacando o principal recurso das eleições de 2014 (repasses partidários), nota-se que é justamente nesta receita que está a maior diferença entre opositoristas e governistas: estes arrecadaram, em média, 2,5 vezes mais que aqueles, e a mediana foi 10,4 vezes superior. Contudo, os recursos próprios foram os que mais se aproximaram de uma distribuição equânime, em que pese as diferenças também terem sido grandes. Ocorre que, se os candidatos

recebem alto volume de receitas de outras fontes, há poucos motivos para se investir montantes elevados em suas próprias campanhas.

As tabelas A3 e A4, do apêndice, comparam as médias de arrecadação de governo e oposição nas duas eleições por meio do teste *t*. Os dados apontam que, em ambos os pleitos, as médias de governistas foram significativamente superiores às de oposicionistas, em todos os casos analisados (incluindo as doações empresariais de 2010).¹⁹ Nas duas eleições, é possível observar que as maiores diferenças de arrecadação média dos dois grupos estiveram em doações feitas pelas coligações. Assim como trabalhos anteriores apontaram, o que se vê aqui são candidatos de partidos da ala governista com mais recursos à sua disposição do que seus adversários. Além disso, as diferenças são causadas não apenas por um tipo específico de doação, mas sim por todas as fontes.

A seguir, o gráfico 3 apresenta a importância de cada uma das cinco principais fontes de receitas para candidatos de governo e oposição nas eleições de 2010 e 2014. O objetivo é analisar se, para além do volume de financiamento, os competidores distinguem-se também na forma com que arrecadam seus recursos.

Gráfico 3 – Perfis de financiamento de oposição e governo (2010-2014)



Fonte: Repositório de Dados Eleitorais (TSE).

Elaboração própria.

19 Portanto, a diferença em prol da oposição, vista na tabela 7, deve-se à variação dos dados. Após normalizados, por meio da conversão em seus logaritmos naturais, o que se vê é uma diferença de média positiva e significativa para candidatos da base aliada ao governo.

Contrariamente às diferenças observadas entre governo e oposição em receitas médias, analisando a importância de cada recurso para os dois grupos de candidatos, o que mais se observa são semelhanças, em ambas as eleições. Em 2010, as disparidades mais perceptíveis estiveram em doações empresariais e repasses das coligações – o primeiro recurso mais presente nas campanhas da oposição e o segundo em candidatos aliados ao governo. As três demais fontes pouco variaram de um grupo para o outro – não superando 2% de diferença. Em 2014, observa-se maior paridade ainda entre os perfis de arrecadação. As doações empresariais e das coligações praticamente se igualaram em importância para os dois grupos e as únicas diferenças que superaram 3 p.p. foram em relação aos repasses partidários (em favor do governo) e recursos próprios (em prol da oposição). De toda forma, o que fica evidente é que o fator que difere candidatos de partidos de governo e oposição não é o padrão de financiamento, mas sim o valor médio das doações.

Inicialmente, esperávamos que as empresas investissem mais e que proporcionalmente haveria maior presença dessas doações em candidatos da base do governo. Isto porque, se de fato as empresas buscam algum tipo de retorno ao contribuírem com as campanhas, seriam os parlamentares aliados ao governo que teriam maior facilidade de acesso a recursos. Todavia, ainda que as doações de pessoas jurídicas sejam, em média, mais elevadas para os governistas, elas têm maior impacto para opositoristas. Ou seja, candidatos de governo possuem fontes alternativas de financiamento, com valores elevados, que compensam um peso menor das doações de pessoas jurídicas.

Conclusões

Este trabalho teve como objetivo promover uma maior discussão sobre as formas de arrecadação dos candidatos à Câmara dos Deputados. Para isto, optou-se por lançar mão de duas variáveis – desempenho e posicionamento político-partidário –, e, a partir delas, verificar a distribuição de recursos entre os competidores. A hipótese inicial, parcialmente confirmada, era de que candidatos com bom desempenho e que concorrem por partidos governistas

seriam melhor financiados do que os demais, por conta das doações empresariais. Ainda que vitoriosos e governistas tenham tido melhores arrecadações, não é possível afirmar que isto decorre do volume empregado pelas empresas nas campanhas de tais candidatos. Isto porque todos os recursos contribuíram significativamente para aumentar o desequilíbrio entre as receitas. Além disso, as poucas diferenças encontradas na proporção de recursos empresariais presentes nas campanhas de governo e oposição favoreceram estes últimos.

Primeiramente, os dados indicaram uma importante mudança de comportamento das pessoas jurídicas nas eleições de 2014: ao contrário da estratégia adotada até então, marcada pelo predomínio de doações diretas aos candidatos, no último pleito as empresas investiram maior volume de recursos em partidos políticos. Esse fenômeno decorre, em boa medida, de dois fatores: a) a tentativa das empresas de influenciar as decisões políticas por meio dos partidos, reconhecendo a importância destes; e b) como forma de ocultar as doações aos candidatos, dificultando o estabelecimento de uma relação entre financiador e financiado (Mancuso, 2015b).

Outro aspecto importante apontado pelo trabalho foi a relação entre desempenho eleitoral e formas de financiamento. Enquanto muitos trabalhos indicam a relação entre resultado eleitoral e arrecadação total ou empresarial (Cervi, 2010; 2013; Speck e Mancuso, 2012; Figueiredo Filho *et al.*, 2013; Mancuso e Figueiredo Filho, 2014), demonstramos aqui que os demais financiadores também contribuem de maneira distinta aos candidatos, acentuando o desequilíbrio entre eles. Além disso, as formas de arrecadação também se diferenciam: candidatos não competitivos são dependentes de repasses partidários e pouco arrecadam junto a pessoas físicas e jurídicas; já os demais foram financiados, sobretudo, por empresas, nas eleições de 2010, e pelos partidos, em 2014. É importante ressaltar que os recursos empresariais afetam de diferentes formas as receitas dos candidatos, uma que vez que a melhoria no desempenho é acompanhada de um incremento na proporção dessas doações. Ou seja, candidatos eleitos e reeleitos são aqueles que apresentam

o maior percentual de contribuições de pessoas jurídicas em suas campanhas.

Por fim, analisando as receitas de candidatos de governo e oposição, foi possível verificar que aqueles foram melhor financiados do que seus concorrentes por todos os doadores e também no total, em ambas as eleições, sendo que as maiores diferenças de médias estiveram nas doações das coligações. Entretanto, são poucas as diferenças entre os grupos quando se observa o padrão de arrecadação. Em 2010, a diferença mais perceptível foi o maior impacto que as doações empresariais tiveram para as receitas de oposição do que governo, enquanto em 2014 o que mais os distinguiu foi a presença superior de recursos partidários nas campanhas de governistas. Portanto, ainda que opositoristas atraiam um volume menor de recursos para suas campanhas, o impacto que os diferentes doadores têm para a constituição das receitas totais é muito semelhante. Uma possível saída para trabalhos futuros é levar em conta a atuação dos partidos nos estados para a classificação de candidatos de governo e oposição. Assim, seriam minimizadas as imprecisões do posicionamento dos competidores em relação ao governo federal e novos contrastes poderiam ser notados nas receitas de campanha.

Referências

- ARAÚJO, Victor; CUNHA, Lucas R.; SILOTTO, Grazielle. Capital político e financiamento eleitoral no Brasil: uma análise empírica da estratégia das empresas na alocação de recursos de campanha. *Teoria & Sociedade*, n. 23, v. 2, p. 126-158, jul./dez. 2015.
- BABBIE, Earl. *Métodos de Pesquisa de Survey*. Belo Horizonte: UFMG, 2003.
- BARBETTA, Pedro A. *Estatística aplicada às Ciências Sociais*. 9. ed. Florianópolis: UFSC, 2014.
- BOAS, Taylor L.; HIDALGO, Fernando D.; RICHARDSON, Neal. P. The spoils of victory: campaign donations and government contracts in Brazil. *The Journal of Politics*, Chicago, v. 76, n. 2, p. 415-429, Apr. 2014.

- BORGES, Tiago Daher P. Candidaturas legislativas, trajetórias políticas e financiamento empresarial de campanhas. *In: ENCONTRO DA ABCP*, 9., 2014, Brasília. *Anais...* Brasília: ABCP, 2014.
- CERVI, Emerson U. Financiamento de campanhas e desempenho eleitoral no Brasil: análise das contribuições de pessoas físicas, jurídicas e partidos políticos às eleições de 2008 nas capitais de estado. *Revista Brasileira de Ciência Política*, Brasília, n. 4, p. 135-167, jul./dez. 2010.
- _____. Doações de campanha e desempenho eleitoral: uma análise comparativa sobre as eleições para prefeito de capitais brasileiras em 2008 e 2012. *Agenda Política*, São Carlos, v. 1, n. 1, p. 26-54, 2013.
- CERVI, Emerson U.; SILVA, Bruno F. Entre continuidades e mudanças: o perfil das receitas de candidatos a deputado federal no Brasil (2010-2014). *In: ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS*, 39., 2015, Caxambu. *Anais...* Caxambu: Anpocs, 2015.
- CLAESSENS, Stijn; FEIJEN, Erik; LAEVEN, Luc. Political connections and preferential access to finance: the role of campaign contributions. *Journal of Financial Economics*, v. 88, n. 3, p. 554-580, 2008.
- EDUARDO, Felipe L. Perfil do candidato ou dinheiro: de onde vem o sucesso eleitoral dos candidatos a cargos legislativos no Brasil? *In: ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS*, 38., 2014, Caxambu. *Anais...* Caxambu: Anpocs, 2014.
- FIGUEIREDO FILHO, Dalson B. *et al.* Gastos e votos nas eleições municipais de 2012. *In: ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS*, 37., 2013, São Paulo. *Anais...* São Paulo: Anpocs, 2013.
- KING, Gary. Replication, replication. *Political Science & Politics*, v. 28, n. 3, 444-452, 1995.
- LEMOS, Leany B.; MARCELINO, Daniel; PEDERIVA, José H. Porque dinheiro importa: a dinâmica das contribuições eleitorais para o Congresso Nacional em 2002 e 2006. *Opinião Pública*, v. 16, n. 2, p. 366-393, nov. 2010.

- MANCUSO, Wagner P. Empresas e financiamento de campanhas eleitorais de candidatos a deputado federal pelo estado de São Paulo nas eleições de 2002 e 2006. *In: COSTA, A. J. D. et al. (Orgs.). Desenvolvimento e crise na América Latina: estado, empresas e sociedade.* Curitiba: Editora CRV, 2012.
- _____. Investimento eleitoral no Brasil: balanço da literatura (2001-2012) e agenda de pesquisa. *Revista de Sociologia Política*, Curitiba, v. 23, n. 54, p. 155-183, jun. 2015a.
- _____. Diretórios partidários nacionais como intermediários do fluxo de financiamento eleitoral no Brasil (2010-2014): um estudo exploratório. *In: ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS*, 39., 2015, Caxambu. *Anais...* Caxambu: Anpocs, 2015b.
- MANCUSO, Wagner P.; FIGUEIREDO FILHO, Dalson B. Financiamento empresarial nas campanhas para deputado federal no Brasil (2002-2010): determinantes e consequências. *In: ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS*, 38., 2014, Caxambu. *Anais...* Caxambu: Anpocs, 2014.
- MANCUSO, Wagner P.; SPECK, Bruno W. Os preferidos das empresas: um estudo de determinantes do financiamento eleitoral empresarial. *In: COSTA, Paulo R. N.; PONT, Juarez V. Empresários, desenvolvimento, cultura e democracia.* Curitiba: UFPR, 2015.
- NASSMACHER, Karl-Heinz. Introduction: political parties, funding and democracy. *In: AUSTIN, Reginald; TJERNSTRÖM, Maja (Eds.). Handbook on funding of political parties and election campaigns.* Sweden: Idea, 2003.
- OLIVEIRA, Amâncio J. S.; ARAUJO, Gustavo B. Doações de campanha para deputados federais influenciam a alocação posterior de contratos públicos? A eleição de 2006 e o interstício 2008-2010. *In: ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS*, 37., 2013, São Paulo. *Anais...* São Paulo: Anpocs, 2013.
- PEIXOTO, Vitor M. *Eleições e financiamento de campanhas no Brasil.* 2010. Tese (Doutorado em Ciência Política) – Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2010.

- PRZEWORSKI, Adam. *Democracia e mercado no Leste Europeu e na América Latina*. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1994.
- SAMUELS, David. Money, elections and democracy in Brazil. *Latin American Politics and Society*, Miami, v. 43, n. 2, p. 27-48, Jul. 2001.
- SANTOS, André Marengo. Quando as leis não produzem os resultados esperados: financiamento eleitoral em perspectiva comparada. *Revista Dados*, Rio de Janeiro, v. 53, n. 4, p. 45-76, 2010.
- SANTOS, Manoel L. *et al.* Financiamento de campanha e apoio parlamentar à Agenda Legislativa da Indústria na Câmara dos Deputados. *Opinião Pública*, Campinas, v. 21, n. 1, p. 33-59, abr. 2015.
- SANTOS, Rodrigo D. *A economia política das eleições 2002: um estudo sobre a concentração de financiamento de campanha para deputado federal*. 2009. Dissertação (Mestrado em Ciência Política) – Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2009.
- SPECK, Bruno W. Como financiar a competição política? Concepções contemporâneas, ilustrações do caso da Alemanha e perspectivas para a situação no Uruguai. In: CAETANO, G. *et al.* *Dinero y política: el financiamiento de los partidos en la democracia*. Montevideo: Ediciones de La Banda Oriental, 2002.
- _____. Objetivos e estratégias do setor privado no financiamento das campanhas eleitorais: um modelo de análise baseado em dados da campanha eleitoral no Brasil em 2010. In: WHATEVER HAPPENED TO NORTH-SOUTH? São Paulo, 2011. *Anais...* São Paulo: IPSA-ECPR, 2011.
- SPECK, Bruno W.; CERVI, Emerson U. O peso do dinheiro e do tempo de rádio e TV na disputa de voto para prefeito. In: ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS, 37., 2013, São Paulo. *Anais...* São Paulo: Anpocs, 2013.
- SPECK, Bruno W.; MANCUSO, Wagner P. Financiamento, capital político e gênero: um estudo de determinantes do desempenho eleitoral nas eleições legislativas brasileiras de 2010. In: ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS, 36., 2012, São Paulo. *Anais...* São Paulo: Anpocs, 2012.

_____; _____. O que faz a diferença? Gastos de campanha, capital político, sexo e contexto municipal nas eleições para prefeito em 2012. *Cadernos Adenauer*, Rio de Janeiro, ano 14, n. 2, p. 109-126, 2013.

SPECK, Bruno W.; SACCHET, Teresa; SANTOS, Fernando H. Financiamento de campanhas de homens e mulheres candidatos a deputado estadual e deputado federal nas eleições gerais de 2010 no Brasil. In: MENEGUELLO, R. *et al.* *Mulheres e negros na política: estudo exploratório sobre o desempenho eleitoral em quatro estados brasileiros*. Campinas: Unicamp, 2012.

SPECK, Bruno W.; SANTOS, Rodrigo D. *A responsabilidade das empresas no processo eleitoral*. São Paulo: Instituto Ethos, 2012.

Apêndice

Tabela A1 – Teste de Tukey para múltiplas comparações de média – receitas por competitividade (2010)

Variável dependente		Diferença média (I-J)	Modelo-padrão	Sig.	
Outros candidatos	Não competitivo	Competitivo	-1,229	0,081	0,000
		Eleito	-3,322	0,141	0,000
		Reeleito	-3,297	0,134	0,000
	Competitivo	Eleito	-2,093	0,129	0,000
		Reeleito	-2,067	0,120	0,000
	Eleito	Reeleito	0,026	0,167	0,999
Partido	Não competitivo	Competitivo	-1,983	0,160	0,000
		Eleito	-4,169	0,219	0,000
		Reeleito	-5,018	0,192	0,000
	Competitivo	Eleito	-2,187	0,184	0,000
		Reeleito	-3,036	0,150	0,000
	Eleito	Reeleito	-0,849	0,213	0,000
Recursos próprios	Não competitivo	Competitivo	-2,070	0,110	0,000
		Eleito	-3,905	0,171	0,000
		Reeleito	-3,928	0,161	0,000
	Competitivo	Eleito	-1,835	0,146	0,000
		Reeleito	-1,858	0,134	0,000
	Eleito	Reeleito	-0,023	0,187	0,999

Variável dependente		Diferença média (I-J)	Modelo-padrão	Sig.	
Pessoas físicas	Não competitivo	Competitivo	-2,161	0,116	0,000
		Eleito	-4,488	0,156	0,000
		Reeleito	-4,337	0,150	0,000
	Competitivo	Eleito	-2,328	0,119	0,000
		Reeleito	-2,177	0,111	0,000
	Eleito	Reeleito	0,151	0,153	0,756
Pessoas jurídicas	Não competitivo	Competitivo	-2,887	0,257	0,000
		Eleito	-5,438	0,285	0,000
		Reeleito	-6,118	0,280	0,000
	Competitivo	Eleito	-2,551	0,150	0,000
		Reeleito	-3,231	0,139	0,000
	Eleito	Reeleito	-0,680	0,186	0,002
Total	Não competitivo	Competitivo	-2,177	0,070	0,000
		Eleito	-5,587	0,131	0,000
		Reeleito	-6,039	0,123	0,000
	Competitivo	Eleito	-3,410	0,122	0,000
		Reeleito	-3,862	0,112	0,000
	Eleito	Reeleito	-0,452	0,158	0,022

Elaboração própria

Tabela A2 – Teste de Tukey para múltiplas comparações de média – receitas por competitividade (2014)

Variável dependente			Diferença média (I-J)	Modelo-padrão	Sig.
Outros candidatos	Não competitivo	Competitivo	-1,182	0,088	0,000
		Eleito	-3,505	0,161	0,000
		Reeleito	-3,331	0,146	0,000
	Competitivo	Eleito	-2,323	0,147	0,000
		Reeleito	-2,149	0,130	0,000
	Eleito	Reeleito	0,174	0,187	0,790
Partido	Não competitivo	Competitivo	-1,605	0,114	0,000
		Eleito	-4,460	0,187	0,000
		Reeleito	-5,379	0,161	0,000
	Competitivo	Eleito	-2,855	0,167	0,000
		Reeleito	-3,774	0,137	0,000
	Eleito	Reeleito	-0,919	0,202	0,000
Recursos próprios	Não competitivo	Competitivo	-1,779	0,123	0,000
		Eleito	-3,890	0,193	0,000
		Reeleito	-3,885	0,177	0,000
	Competitivo	Eleito	-2,110	0,162	0,000
		Reeleito	-2,105	0,143	0,000
	Eleito	Reeleito	0,005	0,206	1,000
Pessoas físicas	Não competitivo	Competitivo	-1,495	0,083	0,000
		Eleito	-4,159	0,141	0,000
		Reeleito	-4,078	0,130	0,000
	Competitivo	Eleito	-2,664	0,125	0,000
		Reeleito	-2,584	0,113	0,000
	Eleito	Reeleito	0,081	0,160	0,959

Variável dependente		Diferença média (I-J)	Modelo-padrão	Sig.	
Pessoas jurídicas	Não competitivo	Competitivo	-1,758	0,232	0,000
		Eleito	-4,437	0,269	0,000
		Reeleito	-4,697	0,258	0,000
	Competitivo	Eleito	-2,679	0,165	0,000
		Reeleito	-2,939	0,146	0,000
	Eleito	Reeleito	-0,260	0,200	0,564
Total	Não competitivo	Competitivo	-1,952	0,065	0,000
		Eleito	-5,682	0,136	0,000
		Reeleito	-6,115	0,123	0,000
	Competitivo	Eleito	-3,730	0,128	0,000
		Reeleito	-4,164	0,114	0,000
	Eleito	Reeleito	-0,433	0,165	0,043

Elaboração própria

Tabela A3 – Teste *t* para comparação de médias de oposição e governo (2010)

		<i>F</i>	Sig.	Sig (2-tailed)	Diferença média
Outros candidatos	Variâncias iguais assumidas	1,055	0,304	0,000	0,680
	Variâncias iguais não assumidas			0,000	0,680
Partido	Variâncias iguais assumidas	1,705	0,192	0,001	0,477
	Variâncias iguais não assumidas			0,001	0,477
Recursos próprios	Variâncias iguais assumidas	1,424	0,233	0,000	0,566
	Variâncias iguais não assumidas			0,000	0,566
Pessoas físicas	Variâncias iguais assumidas	0,002	0,968	0,000	0,538
	Variâncias iguais não assumidas			0,000	0,538
Pessoas jurídicas	Variâncias iguais assumidas	10,540	0,001	0,010	0,319
	Variâncias iguais não assumidas			0,011	0,319

		<i>F</i>	<i>Sig.</i>	<i>Sig (2-tailed)</i>	Diferença média
Total	Variâncias iguais assumidas	0,082	0,775	0,000	0,902
	Variâncias iguais não assumidas			0,000	0,902

Elaboração própria

Tabela A4 – Teste *t* para comparação de médias de oposição e governo (2014)

		<i>F</i>	<i>Sig.</i>	<i>Sig. (2-tailed)</i>	Diferença média
Outros candidatos	Variâncias iguais assumidas	0,01	0,922	0,000	1,370
	Variâncias iguais não assumidas			0,000	1,370
Partido	Variâncias iguais assumidas	32,72	0,000	0,000	1,594
	Variâncias iguais não assumidas			0,000	1,594
Recursos próprios	Variâncias iguais assumidas	5,54	0,019	0,000	0,952
	Variâncias iguais não assumidas			0,000	0,952
Pessoas físicas	Variâncias iguais assumidas	0,74	0,390	0,000	1,151
	Variâncias iguais não assumidas			0,000	1,151
Pessoas jurídicas	Variâncias iguais assumidas	3,96	0,047	0,000	1,087
	Variâncias iguais não assumidas			0,000	1,087
Total	Variâncias iguais assumidas	53,23	0,000	0,000	1,620
	Variâncias iguais não assumidas			0,000	1,620

Elaboração própria.

Resumo

A partir de 2006, quando o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) tornou públicas, por meio digital, as prestações de contas de candidatos, partidos e comitês, houve um crescimento significativo no volume de trabalhos que analisam o financiamento de campanhas no Brasil. Todavia, com o protagonismo assumido pelas empresas, a importância e o impacto das demais receitas têm sido pouco abordados. O objetivo aqui é preencher

parte dessa lacuna, detalhando o quanto cada uma das fontes de recurso contribui para o total arrecadado e quanto os competidores diferem-se em volume de financiamento. Para isto, foram analisadas as contas eleitorais de candidatos à Câmara dos Deputados nas eleições gerais de 2010 e 2014. Metodologicamente, conjugou-se estatística descritiva e testes de diferenças de médias. Os resultados indicam que o desempenho eleitoral está associado não somente ao volume de receitas, mas também à elevada presença de alguns tipos de doadores, como pessoas jurídicas e partidos. O posicionamento em relação ao governo federal, entretanto, afeta o montante arrecadado, mas não é um bom critério para avaliar a forma com que os candidatos são financiados.

Palavras-chave: financiamento de campanhas; receitas eleitorais; eleições 2010 e 2014; Câmara dos Deputados, Brasil.

Abstract

Since 2006, when the Tribunal Superior Eleitoral (TSE) has publicly released the campaign finance of candidates, parties and committees, there has been a significant increase in the number of works that analyze the financing of campaigns in Brazil. However, with the role played by the companies, the importance and impact of other revenues have been little analyzed. The purpose here is to fill in part of this gap, detailing how much each of the resources contributes to the total collected and how much the competitors differ in funding. For that, the electoral accounts of candidates for the Câmara dos Deputados in the elections of 2010 and 2014 were analyzed. Methodologically, descriptive statistics and mean difference tests were combined. The results indicate that electoral performance is associated not only with the revenues volume, but also with the high presence of some types of donors, such as companies and parties. The candidate position in relation to the federal government, on the other hand, affects the mean of raised, but it is not a good criterion for evaluating the way in which the candidates are financed.

Keywords: campaigns financing; electoral revenues; elections 2010 and 2014; House of Representatives; Brazil.

Recebido em 26 de dezembro de 2016.

Aprovado em 13 de março de 2017.