

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
CURSO DE CIÊNCIAS SOCIAIS – BACHARELADO

Gustavo Oliveira Kwiatkowski

**A DINÂMICA LOCAL DE FINANCIAMENTO ELEITORAL:
O PESO DOS RECURSOS PRÓPRIOS NAS CAMPANHAS DOS
ELEITOS À CÂMARA MUNICIPAL DE SANTA MARIA/RS
NAS ELEIÇÕES DE 2004, 2008 E 2012**

Santa Maria, RS
2019

Gustavo Oliveira Kwiatkowski

**A DINÂMICA LOCAL DE FINANCIAMENTO ELEITORAL:
O PESO DOS RECURSOS PRÓPRIOS NAS CAMPANHAS DOS ELEITOS À
CÂMARA MUNICIPAL DE SANTA MARIA/RS
NAS ELEIÇÕES DE 2004, 2008 E 2012**

Trabalho de conclusão apresentado ao Curso de Ciências Sociais – Bacharelado, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS), como requisito parcial para a obtenção de título de **Bacharel em Ciências Sociais**.

Orientador: Prof. Dr. Cleber Ori Cuti Martins

Santa Maria, RS
2019

Gustavo Oliveira Kwiatkowski

**A DINÂMICA LOCAL DE FINANCIAMENTO ELEITORAL:
O PESO DOS RECURSOS PRÓPRIOS NAS CAMPANHAS DOS ELEITOS À
CÂMARA MUNICIPAL DE SANTA MARIA/RS
NAS ELEIÇÕES DE 2004, 2008 E 2012**

Trabalho de conclusão apresentado ao Curso de Ciências Sociais – Bacharelado, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS), como requisito parcial para a obtenção de título de **Bacharel em Ciências Sociais**.

Aprovado em 13 de dezembro de 2019:

Cleber Ori Cuti Martins, Dr. (UFSM)
(Presidente/Orientador)

José Carlos Martines Belieiro Júnior, Dr. (UFSM)

Matheus Muller Schwanz, Dr. (UFSM)

Reginaldo Teixeira Perez, Dr. (UFSM)

Santa Maria, RS
2019

DEDICATÓRIA

Aos meus pais, João Augusto e Cleni, que me possibilitaram, por meio de muitas renúncias e sacrifícios, chegar até aqui.

AGRADECIMENTOS

Este trabalho foi o resultado de um percurso que se iniciou em 2015 quando entrei no curso de Ciências Sociais – Bacharelado. Ao longo deste processo de incorporação do habitus de cientista social, em particular, de cientista político, muitas pessoas contribuíram, direta e indiretamente, não só para o desenvolvimento deste estudo, como também para o meu crescimento enquanto ser humano.

Diante disso, agradeço a todos que, de alguma forma, colaboraram para a elaboração deste trabalho e para a minha formação como um todo, e, de uma maneira especial, agradeço ao meu orientador e amigo Cleber Ori Cuti Martins por toda a sabedoria transmitida, por todos os conselhos e pela imensa paciência. O processo de construção e a finalização deste trabalho não seriam possíveis sem sua compreensão e apoio, grato pela orientação.

Como não poderia ser diferente, agradeço, sobretudo, aos meus pais João Augusto Kwiatkowski e Cleni Oliveira pelo apoio emocional e material ao longo deste percurso. Não fossem os sacrifícios e as renúncias que, muitas vezes, vocês fizeram para que eu pudesse avançar, com toda certeza eu não teria concluído o curso. A vocês, os agradecimentos mais sinceros.

Agradeço à minha companheira Maria Eliane Savegnago pela paciência, pelo apoio e pelo amor incondicional despendido a mim nos últimos anos. Sua assistência, em alguns momentos críticos, foi fundamental para que eu desse prosseguimento aos meus objetivos.

Também entrego meus singelos agradecimentos à Universidade pública, gratuita e de qualidade, que foi a minha casa, literalmente. Graças à Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), tive a oportunidade de conhecer pessoas incríveis, de crescer por meio dos conhecimentos transmitidos pelos meus mestres e de desenvolver e concretizar este estudo. À UFSM, minha gratidão.

Agradeço, de modo particular, aos professores Reginaldo Teixeira Perez e Eduardo Lopes Cabral Maia, dois docentes que me fizeram questionar as certezas típicas de um jovem aluno de Ciências Sociais e que foram significativamente importantes para a minha formação. Aos mestres, com carinho, meus agradecimentos.

Com um carinho especial, agradeço aos demais professores e funcionários do Departamento de Ciências Sociais e do Curso de Graduação em Ciências Sociais -

Bacharelado por contribuírem de uma forma ou de outra pela conquista desse objetivo: a conclusão da graduação. Aqui, cabe um agradecimento especial ao Marcelo Gabriel Ercolani, sempre solícito e bem-humorado, pelos incontáveis favores.

Enfim agradeço a todos àqueles que fazem parte da minha vida e que são essenciais para eu ser, a cada dia nessa longa jornada, um ser humano relativamente normal e suportável.

*O conhecimento é uma
aventura em aberto. O
que significa que aquilo que
saberemos amanhã é algo que
desconhecemos hoje; e esse
algo pode mudar as verdades
de ontem.*

(Karl Popper)

RESUMO

A DINÂMICA LOCAL DE FINANCIAMENTO ELEITORAL: O PESO DOS RECURSOS PRÓPRIOS NAS CAMPANHAS DOS ELEITOS À CÂMARA MUNICIPAL DE SANTA MARIA/RS NAS ELEIÇÕES DE 2004, 2008 E 2012

AUTOR: Gustavo Oliveira Kwiatkowski
ORIENTADOR: Cleber Ori Cuti Martins

O financiamento de campanhas por meio de doações empresariais norteou, por quase três décadas, as investigações sobre a relação entre recursos financeiros e sucesso eleitoral. Contudo, em 2015, o Supremo Tribunal Federal (STF) declarou a inconstitucionalidade das doações de empresas a partidos e candidatos nas campanhas eleitorais, levando os pesquisadores a aspectos até então negligenciados nos estudos sobre financiamento eleitoral. Assim, a manutenção, por exemplo, da legislação que possibilita o postulante a cargo eletivo financiar sua empreitada eleitoral com recursos próprios fez emergir novos questionamentos: não se exacerbou o peso das doações empresariais para muito além da dinâmica nacional de financiamento de campanhas? Não seria possível pensar em uma dinâmica estadual e/ou local com outras características? Teriam os recursos próprios um papel mais significativo na competição política municipal? Diante disso, pretendeu-se realizar uma análise da importância do investimento eleitoral mediante recursos próprios nas campanhas dos eleitos à Câmara Municipal de Vereadores de Santa Maria/RS nas eleições de 2004, 2008 e 2012. Tal estudo, justificou-se pela escassez de estudos sobre o financiamento eleitoral nos municípios e a quase ausência de pesquisas apreendendo a importância de outras fontes de recursos para a competição eleitoral. A hipótese principal deste trabalho foi que, nas campanhas dos eleitos, as receitas provenientes de recursos próprios, quando comparada as demais fontes de financiamento eleitoral, foram prevaletentes. O procedimento metodológico se desdobrou em coleta bibliográfica e documental, mapeamento da legislação eleitoral e coleta de dados. Com exceção da pesquisa bibliográfica realizada em plataformas específicas, os demais materiais foram provenientes dos ambientes virtuais do Tribunal Superior Eleitoral (TSE). Coletados e tabelados, os dados foram submetidos ao tratamento estatístico e à análise, essa última calcada no ordenamento jurídico sobre financiamento de campanhas e na literatura específica sobre o tema. Concluiu-se que o investimento mediante os recursos próprios foi predominante entre os eleitos – o que aponta indícios para uma possível dinâmica local de financiamento eleitoral.

Palavras-chave: Financiamento de campanhas. Recursos próprios. Eleições.

ABSTRACT

THE LOCAL DYNAMICS OF ELECTORAL FUNDING: WEIGHT OF OWN RESOURCES IN THE CAMPAIGNS OF THE ELECTED TO THE SANTA MARIA / RS IN THE 2004, 2008 AND 2012 ELECTIONS

AUTHOR: Gustavo Oliveira Kwiatkowski
ADVISOR: Cleber Ori Cuti Martins

Campaign financing through corporate donations has guided investigations into the relationship between financial resources and electoral success for nearly two decades. However, in 2015, the Federal Supreme Court declared the unconstitutionality of corporate donations to parties and candidates in election campaigns, leading researchers to hitherto neglected aspects of electoral financing studies. Thus, maintaining, for example, legislation that enables the elected candidate to finance his or her own electoral enterprise raises new questions: Has the weight of corporate donations not been exacerbated far beyond the national dynamics of campaign financing? Would it not be possible to think of a state and / or local dynamic with other characteristics? Given this, it was intended to conduct an analysis of the importance of electoral investment through own resources in the campaigns of the elected to the City Council of Santa Maria / RS in the elections of 2004, 2008 and 2012. This investigation was justified by the lack of studies about the electoral financing in the municipalities and the almost absence of research on the importance of other sources of resources for electoral competition. The main hypothesis of this work was that, in the campaigns of the elected, the revenues from own resources, when compared to the other sources of electoral financing, were prevalent. The methodological procedure was divided into bibliographic and documentary collection, mapping of electoral legislation and data collection. With the exception of bibliographic research carried out on specific platforms, the remaining materials came from the virtual environments of the Superior Electoral Court. Collected and tabulated, the data were submitted to statistical treatment and analysis, the latter based on the legal framework on campaign financing and on the specific literature on the subject. It is concluded that investment through own resources was predominant among the elected - which points to a possible local dynamics of electoral financing.

Keywords: Campaign Funding. Own resources. Elections.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Partido e número de votos dos eleitos à CMVSM/RS em 2004	33
Tabela 2 – Percentual dos recursos investidos na campanha dos eleitos à CMVSM/RS em 2004	34
Tabela 3 – Percentual dos recursos investidos em relação ao total arrecadado pelos eleitos à CMVSM/RS em 2004.....	35
Tabela 4 – Percentual médio dos recursos investidos pelos eleitos à CMVSM/RS em 2004	35
Tabela 5 – Valor dos bens declarados pelos eleitos à CMVSM/RS em 2008	36
Tabela 6 – Partido e número de votos dos eleitos à CMVSM/RS em 2008	37
Tabela 7 – Percentual dos recursos investidos na campanha dos eleitos à CMVSM/RS em 2008	38
Tabela 8 – Percentual dos recursos investidos em relação ao total arrecadado pelos eleitos à CMVSM/RS em 2008.....	39
Tabela 9 – Percentual médio dos recursos investidos pelos eleitos à CMVSM/RS em 2008	40
Tabela 10 – Ocupação profissional dos eleitos à CMVSM/RS em 2012.....	41
Tabela 11 – Valor dos bens declarados pelos eleitos à CMVSM/RS em 2012	42
Tabela 12 – Partido e número de votos dos eleitos à CMVSM/RS em 2012	43
Tabela 13 – Percentual dos recursos investidos na campanha dos eleitos à CMVSM/RS em 2012.....	44
Tabela 14 – Percentual dos recursos investimento em relação ao total arrecadado pelos eleitos à CMVSM/RS em 2012	45
Tabela 15 – Percentual médio dos recursos investidos pelos eleitos à CMVSM/RS em 2012	45
Tabela 16 - Percentual de eleitos e fonte de financiamento predominante na campanha em cada eleição.....	48
Tabela 17 – Percentual de recursos próprios e reeleição	51

SUMÁRIO

1 APRESENTAÇÃO	11
2 FINANCIAMENTO DE CAMPANHAS ELEITORAIS: DELIMITANDO O TEMA E PERSPECTIVAS TEÓRICAS	13
2.1 FINANCIAMENTO DE CAMPANHAS NO BRASIL: DELIMITAÇÃO E JUSTIFICATIVA.....	14
2.2 FINANCIAMENTO DE CAMPANHAS NO BRASIL: REFERENCIAL TEÓRICO, PROBLEMATIZAÇÃO E HIPÓTESES	19
2.3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	25
3 FINANCIAMENTO DE CAMPANHAS: EXPLORANDO OS DADOS.....	28
3.1 FINANCIAMENTO DAS CAMPANHAS NO BRASIL: LEGISLAÇÃO.....	29
3.2 OS DADOS SOBRE OS PROCESSOS ELEITORAIS E O FINANCIAMENTO DAS CAMPANHAS EM SANTA MARIA/RS (2004, 2008 E 2012).....	31
3.3.1 Eleição municipal de 2004	31
3.3.2 Eleição municipal de 2008	36
3.3.3 Eleição municipal de 2012	40
3.3.4 Panorama dos processos eleitorais	46
3.3 RECURSOS PRÓPRIOS E REELEIÇÃO NO FINANCIAMENTO DE CAMPANHAS PARA O LEGISLATIVO MUNICIPAL DE SANTA MARIA/RS.....	46
3.4.1 O peso dos recursos próprios nas campanhas dos eleitos	47
3.4.2 Reeleição e recursos próprios.....	49
4 UMA DINÂMICA LOCAL DE FINANCIAMENTO DE CAMPANHAS?.....	52
REFERÊNCIAS.....	54

1 APRESENTAÇÃO

O financiamento de campanhas eleitorais é uma temática que se faz presente nos debates público por mais de três décadas. Com a redemocratização, a alternância do poder e os processos eleitorais estáveis e periódicos, a discussão sobre o modelo de financiamento da competição política emerge com significativa relevância no Brasil, constituindo um tema sempre presente nos noticiários e na agenda de pesquisa da Ciência Política.

Apesar da onipresença do assunto, as controvérsias acerca do financiamento da competição política o tornam um tema sensível em todas as democracias contemporâneas. Se, por um lado, a estabilidade democrática possibilita debates visando o aperfeiçoamento do modelo de financiamento das disputas eleitorais, por outro lado, os escândalos de corrupção levam o legislador a realizar alterações sem planejamento (SPECK, 2006a), gerando “resultados inesperados” (SANTOS, 2005).

Diante disso, este trabalho se debruça sobre um aspecto do financiamento eleitoral brasileiro: o peso de determinados recursos nas campanhas. O financiamento de campanhas por meio de doações empresariais foi central, por quase duas décadas, nas investigações sobre a relação entre recursos financeiros e sucesso eleitoral. Todavia, a declaração de inconstitucionalidade das doações de empresas a partidos e candidatos nas campanhas eleitorais, decretada pelo Supremo Tribunal Federal (STF)¹ em 2015, permite observar aspectos até então negligenciados nos estudos sobre financiamento eleitoral.

Desse modo, a manutenção da legislação que possibilita o postulante a cargo eletivo financiar sua empreitada eleitoral com recursos próprios, a título de exemplo, faz emergir novos questionamentos: não se exacerbou o peso das doações empresariais para muito além da dinâmica nacional de financiamento de campanhas? Não seria possível pensar em uma dinâmica estadual e/ou local de contribuições eleitorais com outras características? Teriam os recursos próprios um papel mais significativo na competição política municipal? Para tentar propor respostas a essas questões, desenvolveu-se este trabalho em três partes. Assim, segue abaixo uma síntese desse processo.

Na parte inicial, *Financiamento de campanhas eleitorais: delimitando o tema e*

¹ Supremo proíbe doação de empresas para campanhas eleitorais. Disponível em: <<http://g1.globo.com/politica/noticia/2015/09/supremo-decide-proibir-doacoes-de-empresas-para-campanhas-eleitorais.html>>. Acesso em: 03 de dezembro de 2019.

perspectivas teóricas, dois momentos são importantes. No primeiro, apresenta-se a temática do financiamento de campanhas e o debate resultante das recentes modificações na legislação. A exposição do tema deste trabalho é seguida pela delimitação espacial e temporal do objeto, esse restrito às campanhas eleitorais de 2004, 2008 e 2012 para a Câmara Municipal de Vereadores de Santa Maria/RS. Ainda nesse tópico, são expostas as razões de ordem teórica, prática e social para a elaboração deste trabalho.

Em um segundo momento, descreve-se o debate bibliográfico e o destaque dado ao financiamento de campanhas por meio de doações empresariais e à reeleição como um fator de desequilíbrio na disputa eleitoral. Na sequência, servindo como uma mola propulsora da escrita e da pesquisa aqui apresentada, relata-se a seguinte questão: qual o peso dos recursos próprios nas campanhas dos eleitos à Câmara Municipal de Vereadores de Santa Maria/RS nas eleições de 2004, 2008 e 2012? Por último, discorre-se sobre as possíveis respostas para esse problema, supondo, a princípio, que os recursos próprios possam ter uma relevância muito maior em eleições municipais que a apontada pela literatura.

A parte central deste trabalho, *Financiamento de campanhas: explorando os dados*, é dedicada à exposição e à análise dos dados. Descreve-se, inicialmente, os procedimentos metodológicos mobilizados para a seleção, coleta e análise das informações. Expõe-se o ordenamento jurídico que prescreve as principais normas para a arrecadação de recursos a campanhas eleitorais. Na sequência, para cada um dos processos eleitorais selecionados, realiza-se a descrição do perfil socioeconômico, do investimento eleitoral e do desempenho eleitoral dos eleitos. Apresenta-se também um panorama das três eleições. Por fim, são apresentados os resultados alcançados.

Na parte final, é relembrada a hipótese e apresentadas as conclusões. Rememora-se a temática abordada por este trabalho, buscando retomar pontos cruciais para o argumento central: os recursos próprios, em campanhas eleitorais municipais, são importantes. À luz dos resultados, a hipótese é reproduzida e confrontada, possibilitando apresentar sua confirmação e realçar o procedimento de verificação. Finalmente, traça-se algumas perspectivas gerais.

2 FINANCIAMENTO DE CAMPANHAS ELEITORAIS: DELIMITANDO O TEMA E PERSPECTIVAS TEÓRICAS

2.1 FINANCIAMENTO DE CAMPANHAS NO BRASIL: DELIMITAÇÃO E JUSTIFICATIVA

A escolha eleitoral é basilar nas democracias contemporâneas e, por decorrência, as campanhas eleitorais adquirem relevância ímpar no processo de escolha de governantes. A centralidade que as eleições alcançam nos regimes democráticos estabelece um vínculo entre o financiamento eleitoral e o próprio funcionamento do processo democrático. Contudo, o modelo e a dinâmica de financiamento de campanhas implicam em maior ou menor assimetria entre os candidatos, o que resulta também em um processo democrático mais ou menos equânime (ZOVATTO, 2005).

A compreensão de que é impossível a competição por votos sem os recursos necessários para convencer o eleitor tornam o financiamento de campanhas políticas indissociável da democracia. Esse vínculo pode ser visto em Speck (2006b, p. 153), ao entender que o fenômeno do financiamento eleitoral abrange “os recursos materiais empregados pelos competidores em eleições populares (partidos e candidatos) para organizar a campanha e convencer os cidadãos a lhes conferirem o voto”. Assim, configuram-se como gastos de campanha todos os dispêndios (financeiros ou materiais) com o objetivo de convencer eleitores a votar a favor de determinado projeto político, partido ou candidato – esse processo de convencimento é o núcleo da democracia representativa.

Os estudos sobre financiamento eleitoral no Brasil são praticamente unânimes ao afirmar que o dinheiro importa nos resultados. A simples análise de correlação entre recursos e votos das candidaturas de qualquer Legislativo no Brasil (deputados, vereadores e senadores) mostra, quase que invariavelmente, uma forte correlação (REBELLO *et al*, 2016). Disso, interpreta-se que candidaturas que não recebem uma quantia de dinheiro razoável não conseguem se eleger para estes cargos. Emerge, assim, a influência política dos setores econômicos sobre o processo eleitoral e a variável *investimento eleitoral*² aparece como uma preditora de eleitos.

2 “O *investimento eleitoral* envolve tanto as contribuições eleitorais, feitas por financiadores de campanhas, quanto os gastos eleitorais, feitos pelos candidatos e seus partidos ou comitês, a partir das contribuições recebidas (MANCUSO, 2015, p. 155, grifo nosso) ”.

A declaração de inconstitucionalidade³ das doações de pessoas jurídicas e sua consequente proibição em setembro de 2015⁴ pelo STF, por exemplo, teve entre seus principais argumentos a grande força econômica que as empresas estavam tendo nas campanhas brasileiras. Além disso, no mesmo mês, entrou em vigor a lei nº 13.165 de 2015⁵ que modificou o financiamento eleitoral e realizou mudanças no sistema eleitoral. Assim, após duas décadas com eleições realizadas sob a influência de doações empresariais, a alteração no sistema de financiamento de campanhas trouxe incertezas para a competição política futura (SPECK, 2016).

A restrição às doações empresariais mobiliza ainda mais as discussões sobre o modelo de financiamento de campanhas políticas no âmbito das instituições, das relações entre o poder econômico e o político, e das relações sociais, porém, agora, sob outras perspectivas. O destaque ao financiamento eleitoral de origem empresarial acabou, por muito tempo, delegando a segundo plano outras variáveis relevantes ao *sucesso e desempenho eleitoral*⁶ como, por exemplo, a capacidade de o candidato realizar o *autofinanciamento*⁷ de sua campanha.

Assim como as doações empresariais eram capazes de tornar assimétrica a competição eleitoral⁸, a possibilidade ou não do candidato de financiar com recursos próprios sua empreitada à disputa de um cargo eletivo pode impactar questões

3 STF conclui julgamento sobre financiamento de campanhas eleitorais. Disponível em: <<http://www.stf.jus.br/portal/cms/verNoticiaDetalhe.asp?idConteudo=300015>>. Acesso em: 05 de dezembro de 2019.

4 Até a eleição gerais de 2014, as empresas brasileiras poderiam doar no máximo 2% de seu faturamento bruto, referente ao ano anterior à eleição. Com a decisão do STF em 2015, as doações empresariais foram proibidas. Disponível em: <<https://www.politize.com.br/como-fim-do-financiamento-empresas-influenciou-eleicoes-2016/>>. Acesso em 18 de outubro de 2019.

5 Lei nº 13.165, de 29 de setembro de 2015. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/l13165.htm>. Acesso em: 03 de dezembro de 2019.

6 A compreensão do que se entende por sucesso eleitoral e desempenho eleitoral é importante para este trabalho. Speck e Cervi (2016) indicam que as pesquisas recorrem a duas métricas distintas para verificar o resultado eleitoral. A primeira é a medição do *sucesso eleitoral* a partir da vitória ou derrota do candidato, a outra considera o *desempenho eleitoral* a partir da porcentagem de votos alcançados. Aqui, ao longo do trabalho, faz-se referência a ambas.

7 Para os fins deste estudo, importa-se o conceito de *autofinanciamento* da ciência econômica, a qual entende o autofinanciamento como o procedimento que visa ao aumento da capacidade produtiva de uma empresa através da aplicação de recursos próprios, utilizando para isso os lucros obtidos, que deixam de ser distribuídos entre os acionistas e os fundos de reserva. Aqui, o *autofinanciamento* será compreendido como o *procedimento por meio do qual um candidato a cargo eletivo financia sua campanha eleitoral com recursos próprios visando aumentar sua capacidade de sucesso eleitoral, isto é, sua eleição*.

8 Mancuso (2015) mostra que, no caso das eleições de 2010, por exemplo, 74,5% de todas as doações vieram de empresas privadas, sendo que deste valor, somente 70 empresas responderam por 50% das doações. Nesta situação, o debate sobre o tipo de democracia oferecida e os tipos de financiamento praticados se impõe, uma vez que há assimetria de recursos econômicos.

importantes para a competição política em democracias representativas, tais como o equilíbrio na disputa eleitoral, podendo gerar privilégios em prol daqueles que possuem um volume maior de recursos próprios para a utilização em suas campanhas. Diante disso, investigar o peso dos recursos próprios nas campanhas dos eleitos a cargos eletivos possibilita estabelecer parâmetros para avaliar e compreender o impacto do autofinanciamento nas campanhas eleitorais e as consequências das mudanças recentes na legislação eleitoral.

No Brasil, nas campanhas eleitorais de 2004, 2008 e 2012, foi adotado o modelo de financiamento misto⁹. Os recursos tiveram origem, principalmente, nos valores investidos pelo próprio candidato, pelos partidos políticos, pelas pessoas jurídicas e pelas pessoas físicas. Os recursos próprios constituíram o aporte financeiro do próprio candidato à sua campanha. Os recursos partidários foram as receitas provenientes do Fundo de Assistência Financeira aos Partidos Políticos, o Fundo Partidário. Os recursos provenientes de pessoa física englobaram as doações em dinheiro, cartão de crédito e cartão de débito de pessoas físicas ao candidato. Os recursos oriundos de pessoa jurídica foram os valores arrecadados também por meio de doações em dinheiro, cartão de crédito e cartão de débito de pessoas jurídicas ao candidato¹⁰.

A proibição das doações empresariais em 2015 pelo STF foi interpretada, em um primeiro momento, como uma ruptura abrupta na legislação eleitoral sobre financiamento de campanhas e no padrão de investimento eleitoral adotado no Brasil. Assim, a ausência das doações de pessoas jurídicas foi apreendida como uma mudança brusca na dinâmica do investimento eleitoral. Contudo, questiona-se, neste trabalho, se essa interpretação não se restringe a dinâmica nacional de financiamento de campanhas. É possível que, ao investigar campanhas eleitorais municipais e

9 As diferentes democracias contemporâneas adotam distintos modelos de financiamento de campanhas. O financiamento público é a disponibilização de recursos financeiros pelo Estado, tendo como fonte os recursos públicos. O financiamento privado, por sua vez, é a obtenção de recursos financeiros por meio de doações de pessoas físicas, jurídicas, eventos, comercialização de bens, entre outras fontes de recursos não oriundas do Estado. Por último, o financiamento de caráter misto é aquele em que os recursos são disponibilizados pelo Estado e obtidos também por meio de doações privadas.

10 Mais recentemente, com a reforma política de 2017 (Lei nº 13.488, de 6 de outubro de 2017), instituiu-se o Fundo Especial de Financiamento de Campanha – FEFC. A partir de então, no Brasil, a legislação eleitoral regulamenta o financiamento eleitoral por quatro vias: 1) Fundo Especial de Financiamento de Campanha (FEFC/Fundo Eleitoral); 2) Fundo Especial de Assistência Financeira aos Partidos Políticos (Fundo Partidário); 3) Doações de pessoas físicas e; 4) Recursos próprios. Enquanto o FEFC e o Fundo Partidário constituem recursos públicos voltados para o investimento em campanhas eleitorais, os demais são provenientes de financiamento privado. Como já apresentado, as doações empresariais não são mais uma fonte de recursos para a competição política.

estaduais, outras dinâmicas de arrecadação de recursos possam ser observadas – realidades provavelmente diferentes e com menor dependência das doações empresariais e, portanto, menos afetadas com as modificações na legislação referente às contribuições para campanhas eleitorais.

Faz-se necessário, então, verificar se a dinâmica federal se reproduz ou não nos pleitos estaduais e locais. Diante disso, o objetivo geral deste trabalho, a fim de fundamentar os questionamentos ao que a literatura comumente aponta como predominante no financiamento de candidaturas no Brasil e preencher possíveis lacunas teóricas e empíricas, é realizar uma análise da importância do investimento eleitoral mediante recursos próprios nas campanhas dos eleitos à Câmara Municipal de Vereadores de Santa Maria/RS nos pleitos de 2004, 2008 e 2014.

O objetivo geral desdobra-se nos seguintes objetivos específicos: a) analisar os valores percentuais investidos pelo próprio eleito na sua campanha em relação ao total arrecadado por ele; b) analisar os valores percentuais de autofinanciamento entre os diferentes processos eleitorais; e c) verificar a relação entre reeleição para o mesmo cargo e volume de recursos próprios empregados na disputa eleitoral.

Para os fins deste trabalho, o financiamento de campanhas eleitorais compreende principalmente os recursos financeiros, investidos pelos próprios candidatos, pelos partidos, pelas pessoas físicas e pelas pessoas jurídicas, registrados no Tribunal Superior Eleitoral (TSE)¹¹.

O recorte temporal, englobando as eleições de 2004, 2008 e 2012, ocorre devido: (1) à disponibilidade e à facilidade de acesso aos dados sobre o financiamento eleitoral dessas campanhas visto que, desde 2000, as eleições passaram a ser totalmente informatizadas, destacando-se o uso da urna eletrônica e a reposição dos dados eleitorais em ambiente virtual; e (2) a estabilização da legislação eleitoral sobre financiamento de campanhas ao longo dessas três competições eleitorais. Quanto ao recorte espacial, a delimitação do trabalho ao município de Santa Maria/RS leva em consideração a escassez de estudos sobre financiamento eleitoral nos municípios e o conhecimento prévio do contexto político local que pode auxiliar na identificação de variáveis intervenientes que venham a macular os dados¹².

11 Como salientado por Rebello et al (2016), ainda que exista a possibilidade de *caixa-dois* e dúvidas a respeito da veracidade de todas as informações disponibilizadas pelos candidatos, estudar os valores declarados ao TSE é importante para a averiguação do volume de recursos próprios nas campanhas dos políticos brasileiros visto a influência do dinheiro para o sucesso nas eleições.

12 É provável que haja peculiaridades nas campanhas eleitorais locais como, por exemplo, a maior

O financiamento de campanhas eleitorais, enquanto um fenômeno multifacetado, adquire relevância ímpar no âmbito da discussão sobre instituições, relações entre poder político e econômico, e sociedade. O estudo do investimento eleitoral no Brasil – com ênfase no financiamento eleitoral por meio de recursos próprios – justifica-se por diversas razões de ordem teórica, prática e social. Em primeiro lugar, como é argumentado na seção subsequente, a literatura sobre o tema não tem enfatizado o peso do investimento de recursos próprios no desempenho eleitoral de candidatos a cargos eletivos, dando ênfase ao papel do financiamento eleitoral por pessoas jurídicas.

Em segundo lugar, o estudo enfatizando o financiamento de campanhas eleitorais pelos próprios candidatos é justificável na medida que, conforme as regras eleitorais estabelecidas pela decisão do STF em 2015 e a reforma política de 2017, ficam proibidas as doações de pessoas jurídicas para campanhas. Esse fato levanta a possibilidade de que os candidatos tendam a utilizar uma soma maior de recursos próprios nas campanhas. Diante disso, para se compreender os impactos dessa proibição sobre os processos eleitorais e, principalmente, estabelecer parâmetros para se observar o aumento ou não do volume destinado para o financiamento eleitoral proveniente dos recursos investidos pelos próprios candidatos nas eleições subsequentes, faz-se necessário investigar o financiamento da competição eleitoral por recursos próprios antes das modificações na legislação.

Em terceiro lugar, ressalta-se a relevância social do problema a ser investigado. A concentração do investimento eleitoral em poucos candidatos pode afetar: (a) questões importantes para a competição política em democracias representativas, tais como equilíbrio na disputa eleitoral, a qual pode gerar privilégios em prol daqueles que possuem um volume maior de recursos próprios para a utilização nas próprias campanhas; (b) a competição política, enviesando-a em favor dos concorrentes com maior investimento eleitoral e; (c) a atuação legislativa dos eleitos, voltando-a aqueles que investem em suas campanhas.

Apresentados a temática, os objetivos deste trabalho e as razões de sua elaboração, passa-se à apresentação do referencial teórico. A partir da exposição de investigações empíricas sobre o financiamento de campanhas, segue-se a construção

proximidade entre financiadores e candidatos. Essas peculiaridades podem elucidar dinâmicas diferentes das apontadas pela literatura de âmbito nacional, ponderando as conclusões predominantes sobre a primazia das doações empresariais em campanhas eleitorais.

do problema de pesquisa e das hipóteses.

2.2 FINANCIAMENTO DE CAMPANHAS NO BRASIL: REFERENCIAL TEÓRICO, PROBLEMATIZAÇÃO E HIPÓTESES

Nesta seção, busca-se apresentar e examinar algumas das principais características da discussão presente na literatura em Ciência Política sobre a influência de recursos financeiros e não financeiros em campanhas eleitorais, bem como sobre as outras variáveis de controle. Assim, este mapeamento dos estudos e pesquisas sobre financiamento de campanhas eleitorais parte dos achados sobre a forte correlação entre o volume do investimento eleitoral e desempenho eleitoral até as recentes investigações sobre a dinâmica de financiamento nos municípios.

Os recursos financeiros mobilizados em campanhas eleitorais brasileiras e a disponibilidade desses dados em formato eletrônico têm incentivado o estudo da relação entre dinheiro e voto no Brasil. O estudo sobre a relevância do dinheiro para o desempenho eleitoral, apesar da curta história, tem uma forte tradição na Ciência Política brasileira (SPECK, 2016). Ainda assim, cabe apresentar um breve panorama da literatura internacional sobre o tema.

Bourdoukan (2009, p. 14-15) apreende que, em relação aos estudos sobre financiamento político na literatura internacional, há dois grupos significativamente distintos, que diferem “quanto ao nível de agregação, quanto ao aspecto do financiamento que abordam e quanto ao tipo de análise”. O primeiro conjunto abrange estudos de caso que apropriam como unidade de análise os candidatos ou, em escala menor, as agremiações partidárias, sendo que o financiamento da competição política é analisado do ponto de vista das despesas. O segundo grupo¹³ engloba os sistemas políticos como unidade de análise para estudos comparados, e o financiamento é analisado sob a ótica das receitas.

A sumarização dos principais resultados de pesquisas sobre o financiamento de campanhas no Brasil pertencentes ao primeiro grupo descrito por Bourdoukan é, para este trabalho, relevante – visto que a esse grupo se filia, ainda que apreenda o financiamento eleitoral sob a ótica das receitas. Bourdoukan (2009, p. 15-18), assim,

13 Para exemplos de trabalhos pertencentes a esse segundo conjunto, ver Santos (2010) e Zovatto (2005).

descreve que esse conjunto de investigações abarca discussões sobre a relação entre gastos de campanha e os resultados eleitorais, a direção causal dessa relação e a diferença do volume de investimento eleitoral entre detentores de mandato e desafiantes.

O debate sobre financiamento de campanhas tem gerado, por muitos anos, discussões, em grande parte devido à relação de proximidade entre dinheiro e eleições. O entendimento de que os recursos financeiros são importantes para o processo eleitoral é praticamente consensual nos estudos sobre financiamento eleitoral no Brasil. Sacchet e Speck (2012), ao avaliar a correlação entre voto e receita de campanha para a eleição de deputados federais e estaduais em 2006, apresentam como ela é sempre alta e significativa. Assim, os resultados encontrados pelos pesquisadores indicam que a garantia de acesso aos postos do Legislativo Federal exige dos candidatos vultuosas somas de dinheiro.

Mancuso (2015) realiza uma revisão da literatura acadêmica, de recorte empírico, sobre investimento eleitoral no Brasil. O levantamento realizado pelo pesquisador aponta que a produção acadêmica sobre a temática pode ser distribuída em três vertentes: (1) a que se refere a relação entre investimento (recursos eleitorais) e desempenho eleitoral (resultados eleitorais); (2) a que apreende a relação entre recursos eleitorais e a concessão de benefícios para os financiadores e; (3) a que aborda os determinantes do investimento eleitoral.

O balanço da literatura executado por Mancuso aponta para uma tendência já conhecida no campo dos estudos sobre financiamento eleitoral: o predomínio dos estudos sobre financiamento privado de empresas e sua decorrente influência política no Brasil (MANCUSO, 2015). Assim, a hegemonia das doações empresariais, apesar de justificada devido aos valores vultuosos dispendidos por essas no jogo eleitoral, tendeu a obscurecer as outras fontes de financiamento de campanhas.

Silva e Cervi (2017), por sua vez, observam que desde a publicização, em meio digital, das prestações de contas dos candidatos, partidos e comitês, a partir de 2006, pelo TSE, há um crescimento expressivo na quantidade de pesquisas que analisam o financiamento de campanhas eleitorais no Brasil. Todavia, as doações eleitorais empresariais e seus impactos assumem o protagonismo das investigações, a relevância e o efeito das demais receitas têm sido pouco discutidos.

Os pesquisadores buscam preencher essa lacuna abordando a importância de cada uma das fontes de receita eleitoral para as campanhas de candidatos à Câmara

dos Deputados nas eleições gerais de 2010 e 2014. Ademais, procuram verificar como os competidores distinguem-se quanto ao montante da arrecadação e quais os recursos mais os diferenciam. Assim, ao realizar a análise das contas eleitorais, Silva e Cervi indicam que os resultados eleitorais exitosos estão associados não somente ao volume de receitas, mas também à elevada presença de alguns tipos e doadores, como pessoas jurídicas e partidos (SILVA; CERVI, 2017).

Cervi (2010), buscando verificar a relação entre desempenho eleitoral e fontes de financiamento das campanhas, divide as fontes de recursos em três grupos: estatal, empresas (pessoas jurídicas) e pessoas físicas. A partir dessa divisão, o pesquisador analisa as prestações de contas dos 173 candidatos a prefeito nas 26 capitais brasileiras em 2008. Como resultados, Cervi aponta o impacto dos tipos de doadores no desempenho dos partidos demonstrando que as doações de *pessoas jurídicas* indicam maior correlação com candidaturas bem-sucedidas.

Além disso, Cervi *et al* (2015) entendem que, apesar das outras variáveis, talvez a de maior impacto seja o candidato ser político profissional. No caso da Câmara dos Deputados, candidatos que já são deputados federais recebem, em média, bem mais doações do que outras categorias profissionais, como empresários, profissionais liberais, religiosos, entre outros.

A partir de banco de dados com 4.124 candidatos ao legislativo federal nas eleições de 2010, Cervi *et al* (2015) avaliaram o peso das variáveis *ocupação, tipo de partido político e financiamento das campanhas* no desempenho eleitoral dos competidores. Os resultados encontrados pelos pesquisadores apontaram que pertencer a partidos políticos grandes e organizados, ter experiência política prévia e possuir alta capacidade de arrecadação de recursos financeiros são condições fundamentais para determinar o sucesso eleitoral do candidato.

Rebello *et al* (2016) analisam a relação entre o financiamento de campanha e resultados eleitorais para o pleito de 2014 na ALERGS entre todas as 668 candidaturas. Tendo como ponto de partida o pressuposto da literatura de que o financiamento é uma variável-chave para elucidar o desempenho eleitoral, os pesquisadores demonstram que esse apenas se verifica quando não há outras variáveis intervenientes. Quando a análise é controlada pela variável carreira política, a relevância dos recursos financeiros sofre uma queda considerável. Assim, o achado de Rebello *et al* indica que a literatura precisa ter mais prudência ao aferir o volume de receitas como determinante dos resultados eleitorais no Brasil.

Nas discussões sobre a relação entre financiamento de campanha e resultados eleitorais ainda é possível destacar a diferença de recursos financeiros destinados a candidaturas de homens e mulheres. Sacchet e Speck (2012) comparam a arrecadação de campanha de mulheres e homens candidatos aos cargos de deputados federal e estadual no pleito de 2006, no Brasil. Os dados evidenciam que as mulheres têm arrecadações de campanha significativamente menores que a dos homens, e que dada a alta correlação existente entre financiamento e sucesso eleitoral, este pode ser um dos elementos centrais para explicar o seu baixo desempenho eleitoral.

Já entre os estudos sobre financiamento eleitoral em eleições municipais, Silva e Cervi (2014), apresentam uma análise empírica sobre os padrões de doações de campanha a candidatos a vereador em duas eleições em Curitiba (2008 e 2012). Os pesquisadores apontam que os candidatos à reeleição têm melhores condições financeiras do que os demais, independentemente de serem oposição ou não.

Silva (2018), ao analisar a relação entre dinheiro e expectativa de voto nas campanhas às prefeituras municipais das capitais brasileiras nos anos de 2008, 2012 e 2016, conclui que candidatos com maior expectativa de vitória têm maior probabilidade de serem financiados do que os demais. Os resultados encontrados por Silva sugerem que quanto maior a intenção de voto, maior é o volume de financiamento de campanhas recebido pelos candidatos. Ademais, concorrer à reeleição, coligar-se ao governador do estado, pertencer ao ramo empresarial e a um dos três maiores partidos brasileiros (PMDB, PSDB e PT) também proporcionam melhores resultados em termos de arrecadações de campanha aos competidores.

Já Speck e Cervi (2016) demonstram a importância dos recursos mobilizados nas campanhas eleitorais para a eleição para prefeito em 2012, controlando-se por outros fatores contextuais. Os pesquisadores identificam que o peso do tempo de propaganda e financiamento eleitoral nas disputas majoritárias locais varia em função do tamanho dos municípios.

Speck e Cervi (2016) expõem e debatem algumas causas e condicionantes do desempenho eleitoral em municípios que são, para eles, os recursos financeiros, o tempo de propaganda gratuita, a memória eleitoral e o tamanho do município, esse último entendido pelos pesquisadores enquanto *contextos paroquiais e contextos metropolitanos*.

Os recursos financeiros são importantes para o sucesso eleitoral, pois o volume

de recursos arrecadados influencia também o desempenho eleitoral dos candidatos (SPECK; CERVI, p. 54-55). Desse modo, raramente uma análise sobre as variáveis explicativas para o sucesso e desempenho eleitoral em eleições municipais conseguirá contornar a relevância do dinheiro como preditor de resultados eleitorais. Obviamente o próprio volume de recursos sofre influência de outros fatores.

Por sua vez, o acesso gratuito a rádio e TV pelos competidores, juntamente com a proibição de propaganda paga nesses meios, também apresenta grande impacto sobre a dinâmica da disputa eleitoral. Contudo, nas eleições municipais, a influência da mídia eletrônica sobre a política local depende da possibilidade de veicular a propaganda eleitoral. O acesso dos partidos à propaganda local depende de uma combinação de dois fatores: a infraestrutura de comunicação disponível no município e a legislação eleitoral regulando o acesso e distribuição do tempo de propaganda (SPECK; CERVI, 2016).

Em relação à memória eleitoral, Speck e Cervi (2016) identificam que a votação na eleição municipal anterior pode ser utilizada como uma variável explicativa e que, para fins de previsão do resultado eleitoral de determinada eleição, os resultados do pleito anterior são um dos preditores mais fortes.

Os pesquisadores apontam ainda que o peso das variáveis dinheiro de campanha, tempo de propaganda e memória de votação sobre o desempenho eleitoral depende do tamanho do município. As disputas eleitorais em municípios pequenos, médios e grandes, seguem dinâmicas diferentes. A persistência de padrões de personalismo e mandonismo na política local ainda exercem forte influência sobre os resultados eleitorais (SPECK; CERVI, 2016).

Por último, Lavareda (2011) indica que um dos destaques nas disputas municipais de 2008 foi a reeleição. Entre os prefeitos, o índice de reeleitos foi de 67% em 2008. Considerando apenas as capitais, o percentual atingiu os 95% de sucesso entre os prefeitos candidatos. Esse realce do índice de reeleições se explica, para Lavareda, porque a

Reeleição, nos países que adotam esse instituto, termina por ser a tendência prevalecente. Ele instaura um desequilíbrio absoluto entre os recursos, no sentido amplo, disponíveis para os incumbentes (os que disputam no cargo) e os acessíveis aos desafiantes (LAVAREDA, 2011, p. 17).

Diante disso, é possível ressaltar três categorias de recursos com as quais o

incumbente é beneficiado em relação ao *timing*, ao volume de recursos e à propaganda. Sobre o *timing*, Lavareda (2011) entende que os candidatos incumbentes iniciam as campanhas com muita antecedência, desfrutam de um conhecimento elevado, fruto do pleito anterior, e trabalham para a reeleição desde o começo do mandato. Já em relação à propaganda, o tempo de televisão e rádio nas eleições municipais é maior para o candidato que disputa no cargo, além de que o tempo de cada partido é dividido entre o candidato ao Executivo e os candidatos ao Legislativo municipal, diferente das eleições estaduais ou municipais em que o tempo é dividido pelos candidatos aos diversos cargos em disputa. Por fim, Lavareda (2011) destaca que os incumbentes contam com um volume de recursos bem maior que os desafiantes para as campanhas. A posição privilegiada que ocupam possibilita uma maior arrecadação de doações para as respectivas campanhas.

As sínteses apresentadas demonstram que importantes investigações de caráter empírico e teórico sobre o financiamento de campanhas já foram executadas. Contudo, devido ao viés predominante nos estudos enfatizando e reforçando o papel das doações empresariais a campanhas, pouco se investiga sobre o peso dos recursos investidos pelos próprios candidatos no seu desempenho eleitoral. Diante desse quadro, este estudo busca, além de contribuir para expandir a discussão sobre o investimento eleitoral, avaliar a relevância do autofinanciamento nas campanhas dos eleitos.

Como se pode perceber nas investigações resenhadas, o candidato que concorre à reeleição é beneficiado de várias formas. Do maior tempo de propaganda até a elevação na probabilidade de receber recursos para a sua campanha, o incumbente participa do processo eleitoral em posição privilegiada. Assim, averigua-se, também, se à medida que o candidato se projeta à reeleição para o mesmo cargo a necessidade de investir recursos próprios na sua campanha é reduzida, visto que as chances de ele receber recursos oriundos de outras fontes aumentam.

Assim, partindo dos pressupostos indicados pela literatura de que o financiamento é uma variável-chave para explicar o sucesso eleitoral e de que o candidato à reeleição concorre com privilégios em relação aos desafiantes, o problema de pesquisa que emerge pode ser assim formulado: Qual o peso dos recursos próprios nas campanhas eleitorais à Câmara Municipal de Vereadores de Santa Maria/RS nas eleições de 2004, 2008 e 2012? Além disso, qual a relevância da reeleição *para o mesmo cargo* sobre o volume de recursos próprios investidos pelos

eleitos?

O debate bibliográfico aponta que, em quase três décadas, o peso dos recursos provenientes de pessoas jurídicas foi significativamente mais relevante quando comparado à importância das demais fontes de financiamento – conclusão predominante oriundo principalmente dos estudos de caráter nacional sobre o investimento de recursos em campanhas eleitorais. Diante disso, este trabalho norteia-se por duas hipóteses, assim elencadas:

1) contrastando as conclusões preponderantes na bibliografia sobre a principal natureza das contribuições eleitorais, entende-se que nas campanhas dos eleitos à Câmara Municipal de Vereadores de Santa Maria/RS, nas eleições de 2004, 2008 e 2012, houve a primazia das receitas provenientes de recursos próprios quando comparadas às demais fontes de financiamento; e

2) considerando a importância dada pela literatura à relação entre reeleição e maior probabilidade de financiadores, concebe-se que os candidatos que se projetam à reeleição para o mesmo cargo investem uma quantidade menor de recursos próprios quando comparados aos investidos na campanha anterior.

2.3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Além da orientação empírica requerida pelas pesquisas em Ciências Sociais, as investigações nessa área devem disponibilizar informações satisfatórias para que possam ser falseadas e/ou replicadas (SILVA; CERVI, 2017). Diante disso, destacam-se os procedimentos e as fontes que foram mobilizados no decorrer do desenvolvimento deste trabalho.

De modo geral, em relação à construção deste estudo, a sua elaboração percorreu os seguintes passos que podem ser assim elencados: a) realizou-se o levantamento bibliográfico sobre a temática do financiamento de campanhas; b) sucedeu-se à coleta documental e ao mapeamento da legislação eleitoral aplicada nos processos eleitorais selecionados; c) procedeu-se ao levantamento dos dados no repositório de dados eleitorais do TSE; d) seguiu-se à análise e à interpretação dos dados à luz referencial teórico sobre o tema e da legislação pertinente à época das campanhas; e) por fim, realizou-se a discussão dos resultados e a apresentação das conclusões. Segue a descrição pormenorizada de cada etapa.

Na busca de produzir este trabalho a partir de material bibliográfico relevante e

contemporâneo, o primeiro passo na execução da investigação ocorreu com a revisão da literatura. Essa se desenvolveu em três fontes distintas: 1) livros científicos (impressos ou digitais); 2) artigos acadêmicos disponíveis em portais de pesquisa¹⁴; e 3) revistas especializadas de Ciência Política e de Direito Eleitoral, em especial, os dossiês sobre financiamento de campanhas. A coleta bibliográfica forneceu os conhecimentos teórico-empíricos indispensáveis, entre outras coisas, à análise dos dados.

A etapa posterior à pesquisa bibliográfica foi constituída do mapeamento do ordenamento jurídico referente ao financiamento de campanhas aplicável à época das eleições abordadas por este estudo e da coleta de documentos oficiais no sítio eletrônico do TSE. As normas que disciplinaram os processos eleitorais de 2004, 2008 e 2012 foram encontradas na seção *Legislação* do *site* do TSE¹⁵, na qual puderam ser encontradas tanto as Leis que regularam as eleições quanto as Resoluções do TSE que regulamentaram a arrecadação e os gastos de recursos por partidos políticos, candidatos e comitês financeiros, bem como a prestação de contas da campanha, em cada um dos pleitos.

A coleta documental, por sua vez, foi realizada no *site* da Câmara Municipal de Santa Maria/RS¹⁶, no site do Tribunal Regional Eleitoral do Rio Grande do Sul (TRE-RS)¹⁷ e no *site* do TSE¹⁸. O material coletado, nesses ambientes, foi constituído, essencialmente, de documentos oficiais e relatórios sobre as eleições. Esse material, junto à produção bibliográfica sobre o tema, auxiliou no entendimento e análise dos dados.

O terceiro passo no proceder metodológico deste estudo sobreveio com o levantamento dos dados. De modo geral, os dados tiveram sua origem em quatro fontes: 1) o portal *Divulgação de Candidaturas e Contas Eleitorais* do TSE¹⁹; 2) o

14 Não abrindo mão de outras fontes de pesquisa acadêmica em ambiente virtual, as buscas ocorreram principalmente na plataforma SciELO (Scientific Electronic Library Online), na ferramenta de pesquisa Google Acadêmico e no Portal de Periódicos da CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior).

15 Legislação. Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/legislacao/codigo-eleitoral>>. Acesso em: 17 de outubro de 2019.

16 Câmara Municipal de Santa Maria/RS. Disponível em: <<https://www.camara-sm.rs.gov.br/>>. Acesso em: 17 de outubro de 2019.

17 Notícias. Disponível em: <<http://www.tre-rs.jus.br/imprensa/noticias-tre-rs>>. Acesso em: 17 de outubro de 2019.

18 Notícias. Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse>>. Acesso em: 17 de outubro de 2019.

19 Divulgação de Candidaturas e Contas Eleitorais. Disponível em: <<http://divulgacandcontas.tse.jus.br/divulga/>>. Acesso em: 17 de outubro de 2019.

Sistema de Prestação de Contas Eleitorais do TSE²⁰; 3) o projeto *Às Claras* do portal *Transparência Brasil*²¹; e 4) o *site* da Câmara Municipal de Vereadores de Santa Maria/RS²². Para os fins deste trabalho, foram coletados dados referentes ao financiamento das campanhas e dados referentes ao desempenho eleitoral dos eleitos²³, além de outros dados sobre o perfil socioeconômico dos eleitos que foram coletados para melhor entendimento do objeto de pesquisa.

Para cada processo eleitoral selecionado, a coleta de dados obedeceu aos seguintes procedimentos: 1) no sítio eletrônico da Câmara Municipal de Vereadores de Santa Maria, foi realizada a identificação dos 14 vereadores eleitos em 2004, dos 14 eleitos em 2008 e dos 21 eleitos em 2012, e, entre esses, dos reeleitos; 2) no portal *Divulgação de Candidaturas e Contas Eleitorais*, foram coletadas as informações referentes ao grau de instrução e aos bens declarados²⁴; 3) no *Sistema de Prestação de Contas Eleitorais*, foram levantados os dados referentes às fontes de financiamento dos eleitos. As receitas dos candidatos foram agrupadas em quatro categorias: recursos provenientes de pessoas físicas, recursos provenientes de pessoas jurídicas, recursos partidários e recursos próprios; e 4) no projeto *Às Claras*, foram obtidos os dados referentes ao desempenho eleitoral dos eleitos como, por exemplo, o partido, o número de votos e o custo do voto de cada um dos vencedores.

A coleta de dados e a análise privilegiaram apenas os candidatos que foram eleitos ou reeleitos para os cargos da Câmara Municipal de Vereadores de Santa Maria/RS, nas eleições de 2004, 2008 e 2012. Essa escolha refletiu o principal interesse da pesquisa que foi determinar o peso do autofinanciamento na campanha dos eleitos. Após o levantamento, os dados foram organizados no Microsoft Office Excel, um editor de planilhas. Não se recorreu a *softwares* de maior complexidade devido a possibilidade de se trabalhar os dados dos 49 eleitos de modo direto.

O passo subsequente consistiu na interpretação e análise dos dados. O procedimento analítico percorreu os seguintes estágios: 1) em cada uma das eleições

20 Contas eleitorais. Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/eleicoes/contas-eleitorais/contas-eleitorais-normas-e-regulamentos>>. Acesso em: 17 de outubro de 2019.

21 Às Claras. Disponível em: <<http://www.asclaras.org.br/@index.php>>. Acesso em: 17 de outubro de 2019.

22 Institucional. Disponível em: <<https://www.camara-sm.rs.gov.br/camara/conteudo/imprensa/Institucional/1/2019/>>. Acesso em: 17 de outubro de 2019.

23 O desempenho dos eleitos a vereador nas eleições de 2004, 2008 e 2012 é operacionalizado a partir da porcentagem de votos obtida sobre o total de votos válidos nominais.

24 O volume de bens declarados foi, neste trabalho, utilizado para aferir a renda dos eleitos.

de 2004 a 2012, com cada um dos eleitos em cada pleito, totalizando 49 eleitos, ocorreu a sistematização do volume total de recursos obtidos pelo eleito na sua campanha entre as quatro categorias de financiamento; 2) os valores brutos foram transformados em percentagens e foi verificado qual a fonte de recurso que predominou em relação às demais em cada um dos eleitos; 3) na sequência, ocorreu a mesma sistematização quanto a fonte de recurso que predominou entre os eleitos em cada um dos pleitos; e 4) por último, ocorreu a comparação entre os processos eleitorais a fim de identificar semelhanças e padrões nas fontes de financiamento dos candidatos eleitos.

3 FINANCIAMENTO DE CAMPANHAS: EXPLORANDO OS DADOS

Esta seção apresenta a legislação eleitoral sobre a arrecadação de recursos para campanhas eleitorais, a qual se submeteram as eleições selecionadas, e descreve os processos eleitorais de 2004, 2008 e 2012 à Câmara Municipal de Vereadores de Santa Maria/RS. Por fim, realiza-se a confrontação dos dados com as hipóteses e se apresenta os resultados alcançados.

Para além da visão geral sobre cada processo eleitoral e da descrição do perfil socioeconômico dos eleitos, prosseguiu-se também com a apresentação da evolução do financiamento de campanhas ao longo dos pleitos por meio do desempenho e do investimento eleitoral dos eleitos.

O panorama de cada eleição ocorreu por meio da explanação do número de vagas em cada pleito, de candidaturas, de eleitos, de reeleitos ao cargo, de partidos e/ou coligações que lançaram candidatos à disputa eleitoral, e da situação dos demais candidatos não eleitos. A descrição do perfil socioeconômico dos eleitos, por sua vez, abordou o gênero, o grau de instrução e a renda (por meio da declaração de bens do candidato ao TSE) dos eleitos. Os dados sobre raça/etnia dos eleitos não foram exigidos pela ficha de registro de candidatura do TSE, não constando, assim, informações sobre essa variável no período estudado²⁵.

A exposição do desempenho eleitoral dos eleitos ocorreu por meio da apresentação do número de votos de cada eleito, assim como as percentagens do

25 O TSE só passou a ter estatística sobre raça e cor de candidatos nas eleições de 2014. Disponível em: < <http://www.ebc.com.br/noticias/brasil/2013/01/tse-passara-a-ter-estatistica-sobre-raca-e-cor-de-candidatos-nas-eleicoes-de>>. Acesso em: 26 de novembro de 2019.

número de votos dos eleitos em relação ao total de votos válidos nominais. O investimento eleitoral dos eleitos foi apresentado: 1) recorrendo a relação entre os valores mobilizados pelos eleitos e os valores mobilizados por todos os candidatos; 2) mediante as percentagens de cada fonte de financiamento do eleito em relação ao total arrecadado por ele para sua campanha; e 3) por intermédio das percentagens de cada fonte de financiamento em relação ao total mobilizado pelos eleitos nas suas campanhas. Ainda sobre o desempenho dos eleitos, apresentou-se o custo do voto²⁶ nas campanhas.

3.1 FINANCIAMENTO DAS CAMPANHAS NO BRASIL: LEGISLAÇÃO

O entendimento de que o poder econômico exerceu um peso considerável no processo eleitoral fez emergir a preocupação em regular as fontes e modos de financiamento das eleições. Os estudos comparados demonstraram que as regras são significativamente distintas de um país para outro (ZOVATTO, 2005; SANTOS, 2010).

Em algumas situações, a doação de pessoas físicas e jurídicas não encontrou impedimentos e a exigência da norma recaiu principalmente sobre a transparência das contribuições; em outras, pessoas físicas e jurídicas foram sujeitas a limites nos valores contribuídos. Houve ainda sistemas políticos que possibilitaram a combinação entre fontes públicas e privadas de financiamento, enquanto outros optaram por mecanismos de financiamento exclusivamente públicos, vedando toda contribuição de particulares (ARAÚJO, 2004). Diante disso, objetivou-se apresentar as regras do financiamento de campanhas eleitorais sob as quais se submeteram as eleições municipais de 2004, 2008 e 2012.

No Brasil, o financiamento das eleições municipais de 2004, 2008 e 2012 foi regulado diretamente pela Lei nº 9.504, de 1997, Lei das Eleições²⁷, que estabeleceu normas gerais para o processo eleitoral e, indiretamente, pelos artigos da Lei dos Partidos Políticos²⁸ que versaram sobre o Fundo Partidário (arts. 38 a 44 da Lei nº 9.096, de 1995). Assim, de modo geral, as eleições selecionadas foram realizadas

26 O cálculo do custo do voto é feito dividindo o valor dos gastos declarado pelos candidatos à Justiça Eleitoral pelo número de eleitores.

27 Lei nº 9.504, de 1997. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L9504.htm>. Acesso em: 29 de novembro de 2019.

28 Lei nº 9.096, de 1995. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9096.htm>. Acesso em: 29 de novembro de 2019.

sob a égide desse ordenamento que prescrevia para a arrecadação e a aplicação de recursos nas campanhas eleitorais:

a) a responsabilidade partilhada de partidos e candidatos sobre a arrecadação e aplicação de recursos na campanha;

b) a fixação de limites máximos de gastos e a constituição de comitês financeiros por parte dos partidos;

c) a abertura de contas específicas, a administração financeira da campanha, e a responsabilidade pela prestação de contas como encargos dos candidatos;

d) a possibilidade do uso de recursos próprios, de recursos do partido (inclusive do Fundo Partidário) e daqueles provenientes de doações de pessoas físicas e jurídicas²⁹ para a campanha, com a observância dos limites de até 10% dos rendimentos brutos para pessoas físicas e 2% do faturamento bruto para pessoas jurídicas³⁰;

e) a vedação de doações provenientes do estrangeiro e de recursos públicos³¹ de qualquer natureza (órgãos públicos, fundações, concessionários ou permissionários de serviço público, etc.).

Resumidamente, na prática, o sistema vigente nas eleições municipais de 2004 a 2012 combinou financiamento privado das campanhas com certo grau de financiamento público, na medida em que recursos do Fundo Partidário podiam ser utilizados para essa finalidade.

Em 2006, por sua vez, a Lei das Eleições de 1997 foi submetida pelo Congresso Nacional à *reforma eleitoral* (Lei nº 11.300, de 10 de maio de 2006)³², entre as mudanças na regulação de financiamento de campanhas, pôde-se destacar as

29 Cabe rememorar que, desde o processo eleitoral de 2016, não são mais aceitas doações empresarias para campanhas.

30 Silva e Cervi (2014, p. 41) ressaltam que “esta limitação prejudica a participação de pessoas físicas e jurídicas com menor aporte financeiro, pois quanto menor forem seus ganhos no ano anterior, menor será o teto de doação destas. Já quanto aos gastos dos candidatos, a legislação não impõe limites a estes, dando aos candidatos a incumbência de comunicar à Justiça Eleitoral os limites que poderão ter com os custos de campanha.”

31 Cabe ressaltar que a proibição do uso de recursos públicos acabou afetando os sindicatos, posto que os recursos do imposto sindical, compulsório à época dos pleitos aqui analisados, estatuído em lei, não podiam ter destinação político-partidária. Disponível em: <<https://oab-rj.jusbrasil.com.br/noticias/1949445/nova-lei-eleitoral-abre-brecha-para-doacao-de-sindicato>>. Acesso em: 29 de novembro de 2019.

32 Lei nº 11.300, de 10 de maio de 2006. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2006/Lei/L11300.htm>. Acesso em: 29 de novembro de 2019.

alterações quanto à obtenção das receitas³³.

Além das vedações de doações já existentes, apareceram na legislação de 2006 restrições aos recursos provenientes de entidades beneficentes e religiosas, entidades esportivas ou organizações não governamentais (ONGs) que recebessem recursos públicos e organizações da sociedade civil de interesse público.

Somada a alterações também realizadas na Lei dos Partidos Políticos, que aumentava o valor do Fundo Partidário, a *reforma eleitoral* de 2006, de modo geral, regulamentou as doações privadas, com limites para o conjunto de contribuições de cada pessoa física ou jurídica³⁴.

3.2 OS DADOS SOBRE OS PROCESSOS ELEITORAIS E O FINANCIAMENTO DAS CAMPANHAS EM SANTA MARIA/RS (2004, 2008 E 2012)

Ressalta-se, preliminarmente, que cada eleito foi observado como sendo uma unidade de análise, portanto, ainda que apresentados, aqui, a título de informação, alguns dados considerando os eleitos em conjunto, esses são de menor importância em relação ao objetivo principal deste trabalho, a saber, o peso dos recursos próprios nas campanhas dos eleitos. Assim, os dados mais relevantes se referem aos cálculos percentuais realizados tendo em conta o valor total investido de cada eleito.

3.3.1 Eleição municipal de 2004

33 A reforma também provocou mudanças da legislação sobre as despesas eleitorais. Os gastos listados em lei passaram a ser sujeitos à contabilização e à prestação de contas. Em relação as vedações, o legislador proibiu a propaganda eleitoral por meio de outdoors, a realização de *showmícios* e a distribuição de brindes. A prestação de contas também sofreu alterações. A Lei das Eleições de 1997 possibilitou a consolidação das regras para a prestação de contas das campanhas. Contudo, até 2006, não havia previsão na legislação da divulgação das contas por meio dos veículos de comunicação de massa, as contas eleitorais deveriam ser consultadas *in loco*, junto ao TSE, aos TRES e às Juntas, nos municípios. A partir da *reforma eleitoral*, a divulgação das contas, a cargo dos partidos, das coligações e dos candidatos, pela Internet, passou a ser obrigatória.

34 As doações de recursos financeiros somente poderiam ser efetuadas na conta do partido ou do candidato especificamente para a campanha eleitoral. As doações de pessoas jurídicas passariam a ser permitidas somente por meio de cheques cruzados e nominais ou transferência eletrônica de depósitos. Somente para as pessoas físicas permaneceriam com a possibilidade de doação em dinheiro, mas o depósito em espécie deveria ser devidamente identificado até o limite de dez por cento dos rendimentos brutos auferidos no ano anterior à eleição. Para uma visão global da reforma eleitoral de 2006, ver Ramos (2006).

As eleições para vereador no município de Santa Maria/RS, no ano de 2004, contaram com um total de 142 candidaturas consideradas aptas pelo TSE, divididas em dois partidos que lançaram candidatos sozinhos e cinco coligações partidárias, que concorreram às 14 vagas para a 14ª legislatura da Câmara Municipal de Vereadores de Santa Maria/RS (2005-2008). Além dos 14 candidatos eleitos, o processo eleitoral resultou em 82 suplentes, 37 candidatos não eleitos e 9 candidatos em outras situações eleitorais³⁵.

Em relação ao perfil socioeconômico dos eleitos, quanto ao gênero, 11 foram do sexo masculino e 3 do sexo feminino. Já quanto ao grau de instrução, 2 eleitos se registraram com o Ensino Fundamental Incompleto ou Completo, 4 com Ensino Médio Completo e 8 com Ensino Superior Incompleto ou Completo. No que se refere a ocupação profissional dos eleitos, 8 se registraram como *Outras ocupações*, 2 como *Locutor e Comentarista de Rádio e Televisão e Radialista*, 1 como *Comerciante*, 1 como *Professor de Ensino de Primeiro e Segundo Graus*, 1 como *Médico* e 1 como *Engenheiro*.

A raça/etnia dos candidatos só passou a ser exigida pelo TSE na ficha de registro das candidaturas para as eleições de 2014, não constando dados da autodeclaração racial dos eleitos no pleito de 2004. Por seu turno, quanto à renda dos eleitos, não foram encontradas no TSE as declarações de bens referentes à disputa eleitoral de 2004, constando no portal *Divulgação de Candidaturas e Contas*, nas informações dos eleitos, no item *Lista de Bens*, como *Nenhum bem declarado*.

Entre os candidatos que obtiveram sucesso eleitoral, 7 foram eleitos para o primeiro mandato e 7 foram reeleitos para o cargo – índice de renovação de 50%. Quanto ao número de eleitos por partido, o Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB) e o Partido dos Trabalhadores (PT) elegeram 4 candidatos cada um, o Partido Progressista (PP) e o Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB) fizeram 3 eleitos cada e o Partido Democrático Trabalhista (PDT) elegeu 1 candidato.

De modo geral, quanto ao perfil socioeconômico das candidaturas que gozaram de sucesso eleitoral, pode-se observar que a maioria dos eleitos é do sexo masculino (onze dos eleitos). Além disso, o grau de instrução da maioria dos eleitos esteve na faixa entre o Ensino Médio Completo e o Ensino Superior Completo, com destaque a

35 Como *outras situações eleitorais* entendemos os casos em que houve a renúncia, o falecimento, a cassação ou a negação do registro do candidato.

essa última categoria (cinco dos eleitos). Não foi encontrado no TSE a declaração de bens dos candidatos ao pleito de 2004 e a obrigatoriedade de declarar a raça/etnia também não se fez presente nesta eleição.

Em relação à ocupação profissional dos eleitos, a maioria declarou como *Outras ocupações* (oito dos eleitos), os demais apresentaram profissões muito distintas. O índice de reeleitos para a 14ª legislatura da CMVSM/RS foi de 50% e, quanto ao número de eleitos por partido, destacaram-se o PMDB e o PT que conseguiram eleger as maiores bancadas partidárias (quatro eleitos cada).

Quanto ao desempenho eleitoral, os candidatos eleitos obtiveram cerca de 36% (49.497) do total de votos válidos nominais (137.017). O desempenho individual de cada candidato pode ser observado na Tabela 1.

Tabela 1 – Partido e número de votos dos eleitos à CMVSM/RS em 2004

Nome	Partido	Nº de Votos
Claudio Francisco P. da Rosa	PMDB	1.970
Isaias Amaral Romero	PDT	2.056
Magali Marques da R. Adriano	PMDB	2.132
Loreni da Silva Maciel	PT	2.494
Julio Cezar de A. Brenner	PSDB	2.751
Vilmar Teixeira Galvão	PT	2.763
Ovidio da Silva Mayer	PP	2.934
Anita Tereza Costa Beber	PP	3.472
Misiara Cristina Oliveira	PT	3.584
Alamir Tubias Machado Calil	PMDB	3.667
Luiz Carlos Avila da Silva	PT	4.083
Jorge Cladistone Pozzobom	PSDB	5.120
Sergio Roberto Cechin	PP	5.896

Elaboração própria.

Fonte: Às Claras. Disponível em: <<http://www.asclaras.org.br/@index.php>>. Acesso em: 28 de novembro de 2019.

Com respeito ao investimento eleitoral, os recursos arrecadados pelos eleitos representaram aproximadamente 36% (R\$ 151.642,49) do total arrecadado pelos candidatos (R\$ 426.371,00) ao pleito de 2004. Em relação ao custo do voto, os eleitos gastaram, em média, R\$3,06 por voto - quando se divide o gasto dos eleitos registrado no TSE pelo número de voto desses. Já o custo geral do voto, isto é, o valor total

gasto pelos candidatos dividido pelo número total de votos nominais válidos foi de R\$3,11.

O investimento individual de cada eleito pode ser observado na Tabela 2 que apresenta os percentuais de cada fonte de financiamento em relação ao total arrecadado por cada um dos eleitos para a sua campanha.

Tabela 2 – Percentual dos recursos investidos na campanha dos eleitos à CMVSM/RS em 2004

Eleito	Recursos de Pessoas Físicas (%)	Recursos de Pessoas Jurídicas(%)	Recursos Próprios (%)	Recursos Partidários (%)	Outros Recursos (%)	Total
Alamir Calil	93,12%	-	6,88%	-	-	100%
Anita Beber	-	-	100%	-	-	100%
Claudio Rosa	-	-	100%	-	-	100%
Isaias Romero	-	-	100%	-	-	100%
João Maciel	-	-	100%	-	-	100%
Jorge Pozzobom	53,22%	-	46,78%	-	-	100%
Julio Brenner	-	-	100%	-	-	100%
Loreni Maciel	43,18%	9,02%	39,09%	-	8,71%	100%
Luiz da Silva	70,80%	2,56%	-	0,01%	26,63%	100%
Magali Rocha	14,37%	-	85,63%	-	-	100%
Misiara Cristina	74,10%	1,60%	6,29%	0,25%	17,76%	100%
Ovidio Mayer	-	-	100%	-	-	100%
Sergio Cechin	-	64,25%	35,75%	-	-	100%
Vilmar Galvão	61,47%	-	38,53%	-	-	100%

Elaboração própria.

Fonte: Sistema de Prestação de Contas Eleitorais do TSE. Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/eleicoes/contas-eleitorais/contas-eleitorais-normas-e-regulamentos>>. Acesso em: 17 de outubro de 2019.

A partir da Tabela 2, pode-se observar que 7 candidatos tiveram como fonte predominante de financiamento os recursos próprios, enquanto outros 6 dos eleitos tiveram como fonte de financiamento prevalecte os recursos provenientes de pessoas físicas. Somente 1 eleito teve como fonte principal os recursos originários das pessoas jurídicas. Dos candidatos que tiveram como fonte de financiamento prevalecte os recursos próprios, 6 financiaram 100% da sua campanha.

Ainda sobre o investimento eleitoral na eleição municipal de 2004, a Tabela 3

traz as percentagens de cada fonte de financiamento em relação ao total mobilizado pelos eleitos na campanha, isto é, o valor total arrecadado pelos eleitos em cada tipo de financiamento em relação ao valor total dispendido pelos eleitos como um todo. Já na Tabela 4, observa-se a média arrecada em cada tipo de financiamento pelos eleitos.

Tabela 3 – Percentual dos recursos investidos em relação ao total arrecadado pelos eleitos à CMVSM/RS em 2004

Eleição	Recursos de Pessoas Físicas (%)	Recursos de Pessoas Jurídicas (%)	Recursos Próprios (%)	Recursos Partidários (%)	Outros Recursos (%)	Total
2004	50,32%	3,01%	38,13%	0,06%	8,48%	100%

Elaboração própria.

Fonte: Sistema de Prestação de Contas Eleitorais do TSE. Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/eleicoes/contas-eleitorais/contas-eleitorais-normas-e-regulamentos>>. Acesso em: 17 de outubro de 2019.

Tabela 4 – Percentual médio dos recursos investidos pelos eleitos à CMVSM/RS em 2004

	Recursos de Pessoas Físicas (%)	Recursos de Pessoas Jurídicas (%)	Recursos Próprios (%)	Recursos Partidários (%)	Outros Recursos (%)
Média	29,30%	5,53%	61,35%	0,02%	3,79%

Elaboração própria.

Fonte: Sistema de Prestação de Contas Eleitorais do TSE. Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/eleicoes/contas-eleitorais/contas-eleitorais-normas-e-regulamentos>>. Acesso em: 17 de outubro de 2019.

A Tabela 3 demonstra que 50,32% do valor mobilizado pelos eleitos na eleição de 2004 foi proveniente de recursos de pessoas físicas e que 38,13% teve origem nos recursos que os próprios candidatos investiram em suas campanhas. Essas duas fontes de financiamento representaram, juntas, cerca de 89% do montante investido pelos eleitos. A tabela 4, por sua vez, destaca que os recursos próprios representaram, em média, 60% do valor mobilizado por cada um dos eleitos na

campanha de 2004.

3.3.2 Eleição municipal de 2008

A disputa eleitoral para vereador no município de Santa Maria/RS, no ano de 2008, contou com um total de 117 candidaturas consideradas aptas pelo TSE, lançadas por 19 partidos³⁶, que concorreram às 14 vagas para a 15ª legislatura da CMVSM/RS (2009-2012). Além dos 14 candidatos eleitos, o processo eleitoral resultou em 83 suplentes, 15 candidatos não eleitos e 5 candidatos em outras situações eleitorais.

Em relação ao perfil socioeconômico dos eleitos, quanto ao gênero, 11 foram do sexo masculino e 3 do sexo feminino. Com relação ao grau de instrução, 1 eleito se registrou com o Ensino Fundamental Incompleto ou Completo, 2 com Ensino Médio Incompleto ou Completo e 11 com Ensino Superior Incompleto ou Completo. Já sobre a ocupação profissional dos eleitos, 3 se registraram como *Professor de Ensino Fundamental, Médio ou Superior*, 2 como *Vereador*, 2 como *Representante comercial/Comerciário*, 1 como *Servidor Público Federal*, 1 como *Outras ocupações*, 1 como *Fonoaudiólogo*, 1 como *Agricultor*, 1 como *Veterinário*, 1 como *Advogado*, 1 como *Médico*.

A raça/etnia dos eleitos não constou nos dados sobre o pleito de 2008. Quanto à renda, os dados sobre a declaração de bens dos eleitos podem ser observados na Tabela 5. Quatro eleitos declararam bens no valor de até R\$125.000,00, seis apresentaram declarações de bens com valores entre R\$125.00,00 e R\$375.000,00. Apenas um apresentou declaração de bens com valor superior a R\$375.000,00.

Tabela 5 – Valor dos bens declarados pelos eleitos à CMVSM/RS em 2008

36 Não foi encontrado no *site* do TSE as coligações realizadas para este pleito, somente obtivemos o número de partidos que lançaram candidatos à CMVSM/RS.

Bens declarados (em R\$)	Nº de eleitos*
0 + 125000	4
125000 + 250000	3
250000 + 375000	3
375000 + 500000	1
Total	11

*Três eleitos não declararam os seus bens no registro da candidatura.

Elaboração própria.

Fonte: Divulgação de Candidaturas e Contas (Disponível:

<<http://divulgacandcontas.tse.jus.br/divulga/#/>>. Acesso em: 27 de novembro de 2019)

Entre os candidatos que obtiveram sucesso eleitoral, 10 foram eleitos para o primeiro mandato e 4 foram reeleitos para o cargo – índice de renovação de aproximadamente 72%. Quanto ao número de eleitos por partido, o Partido dos Trabalhadores (PT) e o Partido Progressista (PP) elegeram 4 candidatos cada, o Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB) fez 3 eleitos e o Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), o Democratas (DEM) e o Partido Republicano Brasileiro (PRB) elegeram 1 candidato cada.

De modo geral, quanto ao perfil socioeconômico das candidaturas que gozaram de sucesso eleitoral, pode-se observar que a maioria dos eleitos é do sexo masculino (onze dos eleitos). Além disso, o grau de instrução da maioria dos eleitos foi o Ensino Superior Incompleto ou Completo (onze dos eleitos). Já em relação à renda, na declaração de bens dos eleitos, o patrimônio declarado se encontrou na faixa dos R\$ 125.000,00 aos R\$375.000,00 (seis dos eleitos). A obrigatoriedade de declarar a raça/etnia também não se fez presente neste pleito.

Em relação à ocupação profissional dos eleitos, houve uma maior variação nas declarações de ocupação profissional. O índice de reeleitos para a 14ª legislatura da CMVSM/RS foi de aproximadamente 28% e, quanto ao número de eleitos por partido, destacaram-se o PT e o PP que conseguiram eleger as maiores bancadas partidárias (quatro eleitos cada).

Quanto ao desempenho eleitoral, os candidatos eleitos obtiveram cerca de 43% (56.636) do total de votos válidos nominais (132.321). O desempenho individual de cada candidato pode ser observado na Tabela 6. O eleito com maior votação obteve 8.609 votos, cerca de 6,5% dos votos válidos nominais.

Tabela 6 – Partido e número de votos dos eleitos à CMVSM/RS em 2008

Nome	Partido	Nº de Votos
Jorge Ricardo Xavier	PRB	1.713
Manoel Renato Teles Badke	DEM	1.788
Marion Mortari	PP	2.961
Admar Eugenio Pozzobom	PSDB	2.984
Sandra Maria Rebelato	PP	3.335
Maria de Lourdes Ramos Castro	PMDB	3.458
Luis Carlos Avila da Silva	PT	3.467
Jorge Carlos Trindade Soares	PT	3.968
Werner Rempel	PT	4.167
Helen Martins Cabral	PT	4.182
Paulo Airtton Denardin	PP	4.191
Sérgio Roberto Cechin	PP	5.862
Alamir Tubias Machado Calil	PMDB	5.951
João Carlos Maciel da Silva	PMDB	8.609

Elaboração própria.

Fonte: Às Claras. Disponível em: < <http://www.asclaras.org.br/@index.php>>. Acesso em: 28 de novembro de 2019.

Com respeito ao investimento eleitoral, os recursos arrecadados pelos eleitos representaram aproximadamente 52% (R\$ 323.830,10) do total arrecadado pelos candidatos (R\$ 624.035,00) ao pleito de 2008. Em relação ao custo do voto, os eleitos despenderam, em média, R\$5,72 por voto – quando se divide o gasto dos eleitos registrado no TSE pelo número de voto desses. Já o custo geral do voto, isto é, o valor total gasto pelos candidatos dividido pelo número total de votos nominais válidos foi de R\$4,72.

O investimento eleitoral individual de cada eleito pode ser observado na Tabela 7 que apresenta os percentuais de cada fonte de financiamento em relação ao total arrecadado por cada um dos eleitos para a sua campanha.

Tabela 7 – Percentual dos recursos investidos na campanha dos eleitos à CMVSM/RS em 2008

Eleito	Recursos de Pessoas Físicas (%)	Recursos de Pessoas Jurídicas(%)	Recursos Próprios (%)	Recursos Partidários (%)	Outros Recursos (%)	Total
Admar Pozzobom	68,80%	30,03%	1,17%	0,00%	0,00%	100%
Alamir Calil	65,30%	24,41%	2,85%	7,44%	-	100%
Helen Cabral	73,59%	20,03%	6,38%	-	-	100%
João da Silva	35,16%	-	64,73%	0,12%	-	100%
Jorge Soares	7,69%	19,23%	69,23%	-	3,85%	100%
Jorge Xavier	53,68%	-	46,32%	-	-	100%
Luis da Silva	44,43%	8,46%	33,56%	-	13,54%	100%
Manoel Badke	-	7,41%	92,59%	-	-	100%
Maria Castro	25,32%	-	74,68%	-	-	100%
Marion Mortari	22,99%	-	25,93%	51,09%	-	100%
Paulo Denardin	12,94%	37,31%	49,75%	-	-	100%
Sandra Rebelato	8,24%	-	91,43%	0,32%	-	100%
Sérgio Cechin	10,30%	21,22%	68,48%	-	-	100%
Werner Rempel	26,03%	8,88%	59,55%	5,54%	-	100%

Elaboração própria.

Fonte: Sistema de Prestação de Contas Eleitorais do TSE. Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/eleicoes/contas-eleitorais/contas-eleitorais-normas-e-regulamentos>>. Acesso em: 17 de outubro de 2019.

A partir da Tabela 7, pode-se observar que 8 candidatos tiveram como fonte predominante de financiamento os recursos próprios, enquanto outros 4 dos eleitos tiveram como fonte de financiamento prevalecte os recursos provenientes de pessoas físicas. Somente 1 eleito teve como fonte principal os recursos originários de seu partido político. Dos candidatos que tiveram como fonte de financiamento prevalecte os recursos próprios, 6 financiaram 100% da sua campanha.

Ainda sobre o investimento eleitoral na eleição municipal de 2008, a Tabela 8 traz as percentagens de cada fonte de financiamento em relação ao total mobilizado pelos eleitos na campanha, isto é, o valor total arrecadado pelos eleitos em cada tipo de financiamento em relação ao valor total dispendido pelos eleitos como um todo. Já na Tabela 9, observa-se a média arrecada em cada tipo de financiamento pelos eleitos.

Tabela 8 – Percentual dos recursos investidos em relação ao total arrecadado pelos eleitos à CMVSM/RS em 2008

Eleição	Recursos de Pessoas Físicas (%)	Recursos de Pessoas Jurídicas (%)	Recursos Próprios (%)	Recursos Partidários (%)	Outros Recursos (%)	Total
2008	43,55%	15,84%	36,82%	2,64%	1,14%	100%

Elaboração própria.

Fonte: Sistema de Prestação de Contas Eleitorais do TSE. Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/eleicoes/contas-eleitorais/contas-eleitorais-normas-e-regulamentos>>. Acesso em: 17 de outubro de 2019.

Tabela 9 – Percentual médio dos recursos investidos pelos eleitos à CMVSM/RS em 2008

	Recursos de Pessoas Físicas (%)	Recursos de Pessoas Jurídicas (%)	Recursos Próprios (%)	Recursos Partidários (%)	Outros Recursos (%)
Média	32,46%	12,64%	49,05%	4,61%	1,24%

Elaboração própria.

Fonte: Sistema de Prestação de Contas Eleitorais do TSE. Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/eleicoes/contas-eleitorais/contas-eleitorais-normas-e-regulamentos>>. Acesso em: 17 de outubro de 2019.

A Tabela 8 demonstra que 43,55% do valor mobilizado pelos eleitos na eleição de 2008 foi proveniente de recursos de pessoas físicas e que 36,82% teve origem nos recursos que os próprios candidatos investiram em suas campanhas. Essas duas fontes de financiamento representaram, juntas, cerca de 80% do montante investido pelos eleitos. A tabela 9, por sua vez, destaca que os recursos próprios representaram, em média, 49,05% do valor mobilizado por cada um dos eleitos na campanha de 2008.

3.3.3 Eleição municipal de 2012

O processo eleitoral para a escolha de vereadores no município de Santa Maria/RS, no ano de 2012, contou com um total de 235 candidaturas consideradas aptas pelo TSE, lançadas por 23 partidos³⁷, que concorreram às 21 vagas³⁸ para a

37 Também não foi encontrado no *site* do TSE as coligações realizadas para este pleito, somente obtivemos o número de partidos que lançaram candidatos à CMVSM/RS.

38 No pleito de 2012 à Câmara Municipal de Vereadores de Santa Maria/RS, houve um acréscimo de

16º legislatura da CMVSM/RS (2013-2016). Além dos 21 candidatos eleitos, o processo eleitoral resultou em 183 suplentes, 10 candidatos não eleitos e 21 candidatos em outras situações eleitorais.

Em relação ao perfil socioeconômico dos eleitos, quanto ao gênero, 16 foram do sexo masculino e 5 do sexo feminino. Com relação ao grau de instrução, 7 eleitos se registraram com o Ensino Médio Completo e 14 com Ensino Superior Incompleto ou Completo. No que se refere a ocupação profissional registrada pelos eleitos na ficha de registro de candidatura, os dados podem ser observados na Tabela 10. Pode-se observar uma variação significativa entre as ocupações declaradas.

Tabela 10 – Ocupação profissional dos eleitos à CMVSM/RS em 2012

Ocupação Profissional	Nº de eleitos
Aposentado (Servidor Público) / Servidor Público Federal/ Policial Militar/ Militar Reformado	5
Comunicólogo / Locutor e Comentarista de Rádio e Televisão e Radialista	3
Empresário / Comerciante	3
Médico	3
Outros*	4
Vereador	3
TOTAL	21

*Outros: Sacerdote ou Membro de Ordem ou Seita Religiosa (1); Professor de Ensino Médio (1); Advogado (1) e; Engenheiro (1).

Elaboração própria.

Fonte: Divulgação de Candidaturas e Contas (Disponível:

<<http://divulgacandcontas.tse.jus.br/divulga/#/>>. Acesso em: 27 de novembro de 2019)

A raça/etnia dos eleitos não constou nos dados sobre o pleito de 2012. Quanto à renda, os dados sobre a declaração de bens pelos dos eleitos podem ser observados na Tabela 11. Oito eleitos declararam bens no valor de até R\$150.000,00, seis apresentaram declarações de bens com valores entre R\$150.000,00 e R\$450.000,00, quatro registraram valores entre R\$450.000,00 e R\$750.000,00 e dois declararam valores acima dos R\$750.000,00.

7 (sete) vagas, passando de 14 para 21 vagas em disputa. “Aumento no número de vereadores é pauta de reunião-almoço”. Disponível em: < https://www.camara-sm.rs.gov.br/camara/conteudo/publicacoes/Noticias/1/2012/818#lista_texto_news>. Acesso em 27 de novembro de 2019.

Tabela 11 – Valor dos bens declarados pelos eleitos à CMVSM/RS em 2012

Bens declarados (em R\$)	Nº de candidatos eleitos*
0 - 150000	8
150000 - 300000	4
300000 - 450000	2
450000 - 600000	1
600000 - 750000	3
750000 ou mais	2
TOTAL	20

*Um eleito não declarou os seus bens no registro da candidatura.

Elaboração própria.

Fonte: Divulgação de Candidaturas e Contas (Disponível:

<<http://divulgacandcontas.tse.jus.br/divulga/#/>>. Acesso em: 27 de novembro de 2019)

Entre os candidatos que obtiveram sucesso eleitoral, 11 foram eleitos para o primeiro mandato e 10 foram reeleitos para o cargo – índice de renovação de aproximadamente 52%. Quanto ao número de eleitos por partido, o Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB) e o Partido dos Trabalhadores elegeram 4 candidatos cada, o Partido Progressista (PP) e o Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB) fizeram 3 eleitos, e o Partido Trabalhista Brasileiro (PTB) e o Democratas (DEM) elegeram 2 candidatos, os demais elegeram 1 candidato cada³⁹.

De modo geral, quanto ao perfil socioeconômico das candidaturas que gozaram de sucesso eleitoral, pode-se observar que a maioria dos eleitos é do sexo masculino (dezesseis dos eleitos). Além disso, o grau de instrução da maioria dos eleitos (catorze dos eleitos) foi o Ensino Superior Incompleto ou Completo. Já em relação à renda, na declaração de bens dos eleitos, o patrimônio declarado da maioria se encontrou na faixa até R\$ 150.000,00. A obrigatoriedade de declarar a raça/etnia também não se fez presente neste pleito.

Em relação à profissão dos eleitos, houve também uma variação acentuada nas declarações de ocupação profissional, contudo, ainda é possível destacar uma maior proveniência dos eleitos de carreiras no setor público, civil e militar, com cinco eleitos oriundos desse ramo. O índice de reeleitos para a 16ª legislatura da CMVSM/RS foi de aproximadamente 48% e, quanto ao número de eleitos por partido, destacaram-se o PMDB e o PT que conseguiram eleger as maiores bancadas

39 Elegeram um candidato apenas os seguintes partidos: Partido Democrático Trabalhista (PDT), Partido Pátria Livre (PPL) e Partido da República (PR).

partidárias (quatro eleitos cada).

Quanto ao desempenho eleitoral, os candidatos eleitos obtiveram cerca de 43% (57.966) do total de votos válidos nominais (135.892). O desempenho individual de cada candidato pode ser observado na Tabela 12. O eleito com maior votação obteve 8.713 votos, cerca de 6,4% dos votos válidos nominais.

Tabela 12 – Partido e número de votos dos eleitos à CMVSM/RS em 2012

Nome	Partido	Nº de Votos
Tavores Fernandes de Oliveira	DEM	1.542
Anita Tereza Costa Beber	PR	1.573
Deili Granvile Silva	PTB	1.595
Ovidio da Silva Mayer	PTB	1.659
Sandra Maria Rebelato	PP	1.660
João da Silva Chaves	PSDB	1.685
João Alair Azevedo Kaus	PMDB	1.711
Admar Eugenio Pozzobom	PSDB	1.751
João Ricardo Baptista Vargas	PSDB	1.773
Daniel Rangel Diniz	PT	1.967
Manoel Renato Teles Badke	DEM	2.144
Marta Helena Kemel Zanella	PMDB	2.378
Luiz Carlos Avila da Silva	PT	2.535
Luciano Zanini Guerra	PT	2.551
Werner Rempel	PPL	2.674
Paulo Airton Denardin	PP	2.697
Jorge Carlos Trindade Soares	PT	2.947
Maria de Lourdes Ramos Castro	PMDB	3.060
João Carlos Maciel da Silva	PMDB	5.521
Sergio Roberto Cechin	PP	5.830
Marcelo Zappe Bisogno	PDT	8.713

Elaboração própria.

Fonte: Às Claras. Disponível em: < <http://www.asclaras.org.br/@index.php>>. Acesso em: 28 de novembro de 2019.

Com respeito ao investimento eleitoral, os recursos arrecadados pelos eleitos representaram aproximadamente 43% (R\$ 450.780,18) do total arrecadado pelos candidatos (R\$ 1.064.453,00) ao pleito de 2012. Em relação ao custo do voto, os eleitos despenderam, em média, R\$7,78 por voto – quando se divide o gasto dos eleitos registrado no TSE pelo número de voto desses. Já o custo geral do voto, isto é, o valor total gasto pelos candidatos dividido pelo número total de votos nominais válidos foi de R\$7,83.

O investimento eleitoral individual de cada eleito pode ser observado na Tabela 13 que apresenta os percentuais de cada fonte de financiamento em relação ao total arrecadado por cada um dos eleitos para a sua campanha.

Tabela 13 – Percentual dos recursos investidos na campanha dos eleitos à CMVSM/RS em 2012

Eleito	Recursos de Pessoas Físicas (%)	Recursos de Pessoas Jurídicas(%)	Recursos Próprios (%)	Recursos Partidários (%)	Outros Recursos (%)	Total
Admar Pozzobom	23,86%	20,62%	52,73%	2,79%	-	100%
Anita Beber	-	-	100,00%	-	-	100%
Daniel Diniz	71,44%	11,74%	-	16,81%	-	100%
Deili Silva	-	-	99,16%	0,84%	-	100%
João Kaus	-	-	100,00%	-	-	100%
João da Silva	1,22%	4,87%	93,92%	-	-	100%
João Chaves	29,72%	-	33,88%	36,39%	-	100%
João Vargas	-	14,83%	71,93%	13,24%	-	100%
Jorge Soares	-	-	85,40%	14,60%	-	100%
Luciano Guerra	47,32%	12,85%	15,42%	24,41%	-	100%
Luiz da Silva	24,57%	-	39,10%	36,33%	-	100%
Manoel Badke	-	-	94,36%	5,64%	-	100%
Marcelo Bisogno	57,85%	0,80%	41,35%	-	-	100%
Maria Castro	-	3,29%	90,90%	5,80%	-	100%
Marta Zanella	49,93%	-	24,70%	25,37%	-	100%
Ovidio Mayer	-	-	100,00%	-	-	100%
Paulo Denardin	17,58%	17,58%	31,65%	33,18%	-	100%
Sandra Rebelato	13,95%	-	69,77%	16,28%	-	100%
Sergio Cechin	55,86%	-	32,38%	11,76%	-	100%
Tavores Oliveira	-	-	98,35%	1,65%	-	100%
Werner Rempel	-	-	100,00%	-	-	100%

Elaboração própria.

Fonte: Sistema de Prestação de Contas Eleitorais do TSE. Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/eleicoes/contas-eleitorais/contas-eleitorais-normas-e-regulamentos>>. Acesso em: 17 de outubro de 2019.

A partir da Tabela 13, pode-se observar que 14 dos eleitos tiveram como fonte de financiamento predominante os recursos provenientes de recursos próprios, isto é, tiveram o autofinanciamento como recurso principal das suas campanhas, enquanto

outros 5 eleitos tiveram como fonte prevalecente de financiamento os recursos oriundos de pessoas físicas. Somente em 2 eleitos os recursos partidários se destacaram como fonte principal. Dos candidatos que tiveram como fonte de financiamento prevalecente os recursos próprios, 4 financiaram 100% da sua campanha.

Ainda sobre o investimento eleitoral na eleição municipal de 2012, a Tabela 14 traz as percentagens de cada fonte de financiamento em relação ao total mobilizado pelos eleitos na campanha, isto é, o valor total arrecadado pelos eleitos em cada tipo de financiamento em relação ao valor total dispendido pelos eleitos como um todo. Já na Tabela 15, observa-se a média arrecada em cada tipo de financiamento pelos eleitos.

Tabela 14 – Percentual dos recursos investimento em relação ao total arrecadado pelos eleitos à CMVSM/RS em 2012

Eleição	Recursos de Pessoas Físicas (%)	Recursos de Pessoas Jurídicas (%)	Recursos Próprios (%)	Recursos Partidários (%)	Outros Recursos (%)	Total
2012	26,74%	5,48%	54,34%	13,44%	-	100%

Elaboração própria.

Fonte: Sistema de Prestação de Contas Eleitorais do TSE. Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/eleicoes/contas-eleitorais/contas-eleitorais-normas-e-regulamentos>>. Acesso em: 17 de outubro de 2019.

Tabela 15 – Percentual médio dos recursos investidos pelos eleitos à CMVSM/RS em 2012

	Recursos de Pessoas Físicas (%)	Recursos de Pessoas Jurídicas (%)	Recursos Próprios (%)	Recursos Partidários (%)	Outros Recursos (%)
Média	18,73%	4,12%	65,48%	11,67%	-

Elaboração própria.

Fonte: Sistema de Prestação de Contas Eleitorais do TSE. Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/eleicoes/contas-eleitorais/contas-eleitorais-normas-e-regulamentos>>. Acesso em: 17 de outubro de 2019.

A Tabela 14 demonstra que 54,34% do valor mobilizado pelos eleitos na eleição de 2012 teve origem nos recursos que os próprios candidatos investiram em suas

campanhas e que 26,74% foi proveniente de recursos de pessoas físicas. Essas duas fontes de financiamento representaram, juntas, cerca de 81% do montante investido pelos eleitos. A tabela 15, por sua vez, destaca que os recursos próprios representaram, em média, 65,48% do valor mobilizado por cada um dos eleitos na campanha de 2012.

3.3.4 Panorama dos processos eleitorais

As eleições para vereador no município de Santa Maria/RS, nos anos de 2004, 2008 e 2012, contaram com um total de 49 eleitos. Entre as principais características dos eleitos, pôde se observar, no aspecto socioeconômico: uma predominância de eleitos do sexo masculino (percentual acima dos 75% nas três eleições); uma preponderância de eleitos com grau de instrução entre o Ensino Superior Incompleto e Ensino Superior Completo (57% em 2004, 79% em 2008 e 67% em 2012); ocupações profissionais muito distintas; e, com base nos dados das eleições de 2008 e 2012, uma primazia de eleitos com um volume de bens declarados até a faixa dos R\$450.000 (24 dos 31 eleitos que declaram seus bens ao TSE nesses dois pleitos).

O índice de reeleição, nos três processos eleitorais, foi de, respectivamente, 50%, 28% e 48%. Quanto ao número de eleitos por partido nos processos eleitorais selecionados, destaca-se o Partido dos Trabalhadores com 4 eleitos em cada um dos pleitos, estando sempre entre os partidos com maior bancada na Câmara Municipal.

Em relação ao desempenho eleitoral, os eleitos obtiveram cerca de 40% do total de votos válidos nominais em cada uma das eleições e foram responsáveis por entre 36 e 52% do total de recursos arrecadados pelos candidatos. O custo do voto entre os eleitos aumentou ao longo das três eleições, sendo de R\$3,06 em 2004 e R\$7,78 em 2012 - tendência semelhante ocorreu entre o custo do voto geral.

Entre as fontes de financiamento, nos três processos eleitorais, destacaram-se os recursos próprios e, em segundo lugar, os recursos provenientes de pessoas físicas. Os recursos próprios foram responsáveis, em média, por 61% dos recursos arrecadados por cada candidato em 2004, 49% em 2008 e 66% em 2012.

3.3 RECURSOS PRÓPRIOS E REELEIÇÃO NO FINANCIAMENTO DE CAMPANHAS PARA O LEGISLATIVO MUNICIPAL DE SANTA MARIA/RS

3.4.1 O peso dos recursos próprios nas campanhas dos eleitos

A hipótese de pesquisa que norteou este trabalho foi a de que, nas campanhas dos eleitos à CMVSM/RS nos processos eleitorais de 2004, 2008 e 2012, as receitas provenientes de recursos próprios, quando comparada as demais fontes de financiamento eleitoral, foram prevaletentes entre aqueles que obtiveram sucesso eleitoral. Para testar essa proposição, recorreu-se aos seguintes procedimentos: primeiramente, a formulação provisória foi situada em relação às principais conclusões da literatura sobre financiamento de campanhas naquilo que se refere às fontes de recursos financeiros; em segundo lugar, expôs-se um comparativo do investimento eleitoral por meio de recursos próprios nos três pleitos e; por último, apresentou-se os resultados corroborando ou refutando a suposição levantada inicialmente.

A partir da revisão da literatura, foi possível apreender que os recursos oriundos de pessoas jurídicas se apresentaram como praticamente hegemônicos quando se pesquisa sobre o volume de cada fonte de financiamento eleitoral em relação ao total arrecado pelos candidatos, pelos eleitos ou pelo conjunto dos postulantes aos cargos eletivos. As investigações de Cervi (2010), de Mancuso (2015) e de Silva e Cervi (2017) apontaram que, para além da forte correlação entre investimento e desempenho eleitoral, as doações eleitorais empresariais se apresentaram como a parcela mais significativa do montante arrecadado pelos candidatos e seus impactos na atuação legislativa dos eleitos assumiram o protagonismo das pesquisas⁴⁰.

Essa conclusão predominante na literatura de que as doações de empresas foram importantes para a compreensão da dinâmica de financiamento eleitoral encontrou seus parâmetros de validade quando apreendeu o fenômeno em nível nacional. A mudança de escala para o nível estadual e local, por outro lado, pôde trazer questionamentos e amenizar possíveis generalizações. Os poucos estudos sobre o financiamento de campanhas em eleições estaduais e municipais deixaram cristalizar que também nesses processos eleitorais as doações empresarias se destacaram e a relevância e o efeito das demais receitas têm sido pouco discutidos,

40 Para um balanço sobre a forte participação das doações provenientes de pessoas jurídicas no sistema de financiamento eleitoral brasileiro, ver SPECK, Bruno Wilhelm. Game over: duas décadas de financiamento de campanhas com doações de empresas no Brasil. **Revista de Estudos Brasileños**, v. 3, n. 4, p. 125-135, 2016.

assim como a possibilidade de dinâmicas de financiamento próprias tanto para o nível municipal quanto para o nível estadual.

A hipótese aqui apresentada buscou justamente ponderar as conclusões do predomínio das doações de empresas em campanhas eleitorais. Os dados apresentados na Tabela 16 possibilitaram desvelar uma possível dinâmica local de financiamento calcada, principalmente, no investimento eleitoral por meio de recursos próprios, isto é, pelo autofinanciamento dos eleitos.

Tabela 16 - Percentual de eleitos e fonte de financiamento predominante na campanha em cada eleição

Fonte de Financiamento	Percentual de eleitos		
	2004	2008	2012
Recursos de Pessoas Físicas	42,86%	35,72%	23,81%
Recursos de Pessoas Jurídicas	7,14%	-	-
Recursos Partidários	-	7,14%	9,52%
Recursos Próprios	50,00%	57,17%	66,67%
Outros Recursos	-	-	-
TOTAL	100%	100%	100%

Elaboração própria.

Fonte: Sistema de Prestação de Contas Eleitorais do TSE. Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/eleicoes/contas-eleitorais/contas-eleitorais-normas-e-regulamentos>>. Acesso em: 17 de outubro de 2019.

Como se observa na Tabela 16, os recursos provenientes de pessoas jurídicas só foram predominantes em 7,14% dos eleitos na eleição de 2004, ou seja, um percentual pouco significativo quando se apreende o quadro geral. Também com pouca participação, os recursos partidários estiveram presentes como principal fonte de financiamento em 7,14% e 9,52% dos eleitos nas eleições de 2008 e 2012, respectivamente.

Os recursos próprios foram predominantes e apresentaram um crescimento como fonte principal de financiamento entre os eleitos nas três eleições. Em 2004, os

recursos próprios prevaleceram entre 50% dos eleitos, já, em 2012, alcançaram cerca 66,67% dos eleitos. Trajetória oposta tiveram os recursos oriundos de pessoas físicas, os quais sofreram uma brusca redução. Em 2004, representavam a fonte prevaiente em 42,86% dos eleitos, porém, em 2012, esse número já havia alcançado os 23,81%.

O comparativo do investimento eleitoral por meio de recursos próprios nos três pleitos possibilitou corroborar a hipótese de que os recursos próprios foram predominantes nas campanhas dos eleitos. Por outro lado, os recursos empresariais tiveram uma reduzida presença entre as fontes de financiamento predominantes. Assim, é possível apontar uma dinâmica diferente no processo eleitoral à CMVSM/RS. A presença marcante dos recursos próprios entre os eleitos e a baixa presença de doações empresarias nas eleições aqui analisadas indica um processo na contramão das teses hegemônicas da literatura sobre financiamento eleitoral.

3.4.2 Reeleição e recursos próprios

A segunda proposição norteadora deste trabalho foi de que os candidatos que concorreram à reeleição para o mesmo cargo, nas eleições de 2008 e 2012, à CMVSM/RS e obtiveram sucesso eleitoral investiram menos recursos próprios em suas campanhas quando comparado ao percentual de financiamento próprio mobilizado na campanha anterior.

Para testar essa hipótese, seguiu-se os seguintes passos: em primeiro lugar, a suposição foi situada no quadro teórico sobre financiamento de campanhas, em particular, a relação entre investimento eleitoral, reeleição e carreira política; na sequência, apresentou-se os reeleitos nos dois processos eleitorais e seus percentuais de financiamento próprio na campanha anterior e na campanha à reeleição; por último, foram apresentados os resultados corroborando ou refutando a formulação elaborada provisoriamente.

A reeleição foi uma variável com significativo destaque na literatura sobre financiamento eleitoral principalmente pela sua capacidade de alavancar a arrecadação de recursos do incumbente. A revisão da literatura, apesar de destacar o papel das doações de empresas, demonstrou que o volume de recursos dos candidatos aumentou substancialmente quando esses se projetaram à reeleição.

Lavareda (2011) discorreu sobre o desequilíbrio da disputa entre incumbentes e desafiantes. Os candidatos que se lançam à reeleição possuíram a capacidade de

incorporar mais recursos às suas campanhas. Cervi *et al* (2015), por sua vez, apresentaram que a capacidade de arrecadação de um candidato profissional, isto é, possuidor de experiência política prévia é significativamente maior. Rebello *et al* (2016) também destacou a relevância da carreira política para o financiamento das campanhas e, conseqüentemente, para o desempenho e sucesso eleitoral. Silva e Cervi (2014) esclareceram que candidatos à reeleição têm melhores condições financeiras do que os demais. Por último, Silva (2018) indicou que concorrer à reeleição permitiu melhores resultados em termos de arrecadação para os candidatos.

A literatura, assim, explicitou que a reeleição foi uma variável relevante para a compreensão do processo de arrecadação de recursos entre candidatos e, por decorrência, para o entendimento do desempenho e sucesso eleitoral dos postulantes. A capacidade do candidato de conseguir financiadores para a sua campanha aumentou quando esse se lançou novamente à disputa do cargo eletivo.

A hipótese aqui apresentada seguiu os desdobramentos lógicos dos pressupostos teóricos da relação entre reeleição e financiamento: à medida que o candidato se lançou à reeleição e recebeu um maior volume de recursos, tendeu a investir uma quantia menor de recursos próprios. Os dados apresentados na Tabela 17 permitiram identificar se ocorreu ou não uma diminuição no volume de recursos próprios dos candidatos que concorreram no cargo.

Tabela 17 – Percentual de recursos próprios e reeleição

Candidato	Eleito	Reeleito	Eleito	Reeleito
	2004	2008	2008	2012
Admar Eugenio Pozzobom	-	-	1,17%	52,73%
Alamir Tubias Machado Calil	6,88%	2,85%	-	-
João Carlos Maciel da Silva	100,00%	64,73%	64,73%	93,92%
Jorge Carlos Trindade Soares	-	-	69,23%	85,40%
Luiz Carlos Avila da Silva	0,00%	33,56%	33,56%	39,10%
Manoel Renato Teles Badke	-	-	92,59%	94,36%
Maria de Lourdes Ramos Castro	-	-	74,68%	90,90%
Paulo Airton Denardin	-	-	49,75%	31,65%
Sandra Maria Rebelato	-	-	91,43%	69,77%
Sergio Roberto Cechin	35,75%	68,48%	68,48%	32,38%
Werner Rempel	-	-	59,55%	100,00%

Elaboração própria.

Fonte: Câmara Municipal de Santa Maria/RS. Disponível em: <<https://www.camara-sm.rs.gov.br/>>. Acesso em: 17 de outubro de 2019. & Sistema de Prestação de Contas Eleitorais do TSE. Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/eleicoes/contas-eleitorais/contas-eleitorais-normas-e-regulamentos>>. Acesso em: 17 de outubro de 2019.

Segundo as informações da Tabela 17, 14 foram os candidatos que se projetaram à reeleição para o mesmo cargo e obtiveram sucesso eleitoral – 4 em 2008 e 10 em 2012. Desses reeleitos, 9 tiveram um aumento nos percentuais de recursos próprios investidos em suas campanhas quando comparado às eleições anteriores, enquanto 5 apresentaram uma diminuição nos percentuais de financiamento próprio.

Apesar de abranger apenas dois processos eleitorais, os dados demonstram que aproximadamente 65% dos reeleitos experimentaram um aumento dos recursos próprios de um processo eleitoral para outro. Assim, é possível aferir que a hipótese secundária não foi confirmada. Trabalhou-se com a hipótese de diminuição do financiamento próprio entre os reeleitos, a qual não se verifica à medida que preponderou um acréscimo no volume de recursos advindos dos próprios candidatos de um pleito para o outro.

Não se ignora a relevância da reeleição para a arrecadação de contribuições eleitorais. Contudo, não é possível afirmar que, nas eleições selecionadas, houve uma diminuição significativa dos percentuais de recursos próprios entre os reeleitos.

4 UMA DINÂMICA LOCAL DE FINANCIAMENTO DE CAMPANHAS?

Desde a disponibilização dos dados sobre financiamento de campanhas no Brasil, as investigações sobre o financiamento político têm avançado significativamente no país. Entre as principais conclusões desses estudos de caráter teórico e empírico sobre o financiamento da disputa eleitoral, pode-se observar a exigência pelo processo eleitoral de altas quantias de recursos financeiros para o seu funcionamento. Divulgar propostas e convencer o eleitor, entre outras atividades, requer o dispêndio de importâncias significativa de dinheiro. Diante disso, as discussões se centram nas fontes de financiamento das eleições e seus impactos sobre o processo político como um todo.

O debate bibliográfico indicou, por meio de uma tradição robusta de pesquisas, que as doações empresariais foram o suporte financeiro preponderante por quase duas décadas. Com a decisão do STF, em 2015, apontando para a proibição das doações de recursos de empresas a campanhas eleitorais, incertezas surgiram para as eleições vindouras. Contudo, o alvoroço dos analistas políticos tinha como parâmetro as disputas nacionais. A escassez de estudos sobre o financiamento de disputas municipais e estaduais não permitia apreender esses processos eleitorais a partir de pressupostos válidos à dinâmica nacional de financiamento eleitoral. Foi preciso, assim, investigar se as disputas municipais e estaduais não apresentavam outras características e peculiaridades.

Este foi o caminho traçado por este trabalho. A partir da análise das receitas dos eleitos à Câmara Municipal dos Vereadores de Santa Maria/RS, nas eleições de 2004, 2008 e 2012, buscou-se identificar a possibilidade de uma dinâmica local de financiamento de campanhas, tendo como objetivo central a verificação do peso dos recursos próprios no investimento eleitoral daqueles que obtiveram sucesso eleitoral nos três processos a cargos eletivos.

A ênfase no referencial teórico à importância do financiamento da competição política por empresas e o rarefeito conjunto de estudos sobre eleições municipais, permitiu a eclosão da seguinte questão: em sentido divergente à dinâmica da disputa eleitoral federal na qual houve a preponderância dos recursos empresariais, é possível identificar uma dinâmica local de contribuições eleitorais pautada pela predominância de outra fonte de recursos? Negligenciados pela literatura, qual o peso dos recursos próprios nas campanhas dos eleitos à Câmara Municipal dos Vereadores de Santa

Maria/RS, nos processos eleitorais municipais de 2004 a 2012?

Este estudo, no seu processo de execução, teve como amparo a hipótese central de que, contrastando as conclusões preponderantes na bibliografia sobre a principal natureza das contribuições eleitorais, nas campanhas dos eleitos à Câmara Municipal de Vereadores de Santa Maria/RS, nas eleições de 2004, 2008 e 2012, houve a primazia das receitas provenientes de recursos próprios quando comparadas às demais fontes de financiamento.

A verificação desta hipótese de trabalho percorreu a sistematização dos dados referentes as fontes de financiamentos dos 49 eleitos, nos três processos eleitorais selecionados. Em 2004, os recursos próprios foram a fonte de recursos preponderante em cerca de 50% dos eleitos, em 2008, em aproximadamente 57% e, em 2012, próxima a 67%. Diante disso, observou-se que os recursos próprios não foram só a fonte de financiamento preferida entre os eleitos, mas também apresentaram um crescimento significativo ao longo das três eleições. Assim, diante desses dados, é possível afirmar que a hipótese principal deste trabalho foi verificada e confirmada: os recursos próprios exercem um peso significativo sobre as campanhas dos eleitos ao Legislativo Municipal de Santa Maria/RS.

O fato do autofinanciamento ser a métrica nas três eleições municipais investigadas, possibilita propor ponderações à literatura sobre financiamento de campanhas. Talvez seja apressado apreender o processo político municipal a partir de pressupostos válidos para a observação do processo político nacional. As eleições de 2004, 2008 e 2012, em Santa Maria/RS, à Câmara Municipal, apresentam peculiaridades em relação à literatura sobre financiamento de campanhas.

REFERÊNCIAS

- ARAÚJO, Caetano Ernesto Pereira de. Financiamento de campanhas eleitorais. **Revista de Informação Legislativa**, v. 41, n. 161, jan./mar. 2004. p. 59-132.
- BOURDOUKAN, Adla Youssef. O bolso e a urna: financiamento político em perspectiva comparada. 2009. 152f. **Tese** (Doutorado em Ciência Política) – Programa de Pós-Graduação em Ciência Política, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009.
- CERVI, Emerson Urizzi. Financiamento de campanhas e desempenho eleitoral no Brasil: análise das contribuições de pessoas físicas, jurídicas e partidos políticos às eleições de 2008 nas capitais de Estado. **Revista Brasileira de Ciência Política**, n. 4, 2010. p. 135-167.
- CERVI, Emerson Urizzi; COSTA, Luiz; CODATO, Adriano; PERISSINOTTO, Renato. Dinheiro, profissão, partido: a vitória na eleição para deputado federal no Brasil em 2010. **Revista Sociedade e Estado**, n. 1, v.30, 2015. p. 189-205.
- LAVAREDA, Antonio. Principais marcas das eleições municipais brasileiras de 2008. In: LAVAREDA, Antonio; TELLES, Helcimara (Orgs.). **Como o eleitor escolhe seu prefeito: campanha e voto nas eleições municipais**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2011, p. 11-23.
- MANCUSO, Wagner Pralon. Investimento eleitoral no Brasil: balanço da literatura (2001–2012) e agenda de pesquisa. **Revista de Sociologia e Política**, v. 23, n. 54, 2015. p. 155-183.
- RAMOS, Wolney. Novas regras para as eleições de 2006. Comentários à minirreforma eleitoral (Lei nº 11.300/2006). **Revista Jus Navigandi**, Teresina, ano 11, n. 1093, 29 jun. 2006. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/8580>. Acesso em: 29 nov. 2019.
- REBELLO, Maurício Michel; GIORA, Gustavo; SCAPINI, Marina. Dinheiro realmente importa?: uma análise do financiamento de campanha nas eleições para a ALERGS em 2014. **Revista Debates**, Porto Alegre, v. 10, n. 3, set.-dez. 2016. p. 169-188.
- SACCHET, Teresa; SPECK, Bruno Wilhelm. Financiamento eleitoral, representação política e gênero: uma análise das eleições de 2006. **Opinião Pública**, v. 18, n. 1, p. 177-197, 2012.
- SANTOS, André Marengo dos. Quando leis não produzem os resultados esperados: Financiamento eleitoral em perspectiva comparada. **Revista Dados**. Rio de Janeiro, v. 53, n. 4, p. 45-76, 2010.
- SILVA, Bruno Fernando da; CERVI, Emerson Urizzi. Financiamento de campanhas em disputas municipais: Uma análise comparativa das doações a candidatos a vereador de Curitiba em 2008 e 2012. **Sociologias Plurais**, v. 2, n. 2, 2014.
- SILVA, Bruno Fernando da. A relação entre dinheiro e (expectativa de) voto a partir das eleições municipais de 2008, 2012 e 2016. Curitiba. **XI Encontro ABCP**. 31 de julho a 3 de agosto de 2018.

SILVA, Bruno Fernando da; CERVI, Emerson Urizzi. Padrões de financiamento eleitoral no Brasil: as receitas de postulantes à Câmara dos Deputados em 2010 e 2014. **Revista Brasileira de Ciência Política**, v. 23, 2017. p. 75-110.

SPECK, Bruno Wilhelm. O financiamento de campanhas eleitorais. In.____. AVRITZER, Leonardo; ANASTASIA, Fátima. **Reforma Política no Brasil**. Belo Horizonte: Ed. UFMG: PNUD, 2006b. p. 153-158.

SPECK, Bruno Wilhelm. Reagir a escândalos ou perseguir ideais? A regulação do financiamento político no Brasil. **Elecciones**, Perú Año 5 – N. ° 6, 2006a.

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

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