

FINANCIAMENTO DE CAMPANHA ELEITORAL E A COMPRA DE VOTOS NO BRASIL

Colemar Pereira da Silva¹
José Augusto Bezerra Lopes²

RESUMO: O presente trabalho tem como tema o financiamento das campanhas eleitorais no Brasil e a compra de votos. O financiamento de campanhas eleitorais por empresas públicas e privadas culmina em calorosos debates em razão da prática de corrupção. Neste trabalho também será abordado os aspectos doutrinários gerais sobre o financiamento eleitoral, a evolução histórica do processo eleitoral, bem como as mudanças advindas pela minirreforma eleitoral do ano de 2017. Buscará expor os impactos que o Fundo Partidário e o Fundo Especial para Financiamento de Campanha geram nas contas públicas, desviando valores de outros setores para suprir as lacunas financeiras decorrentes da ADI. Nº 4.650. Este artigo também procura identificar elementos que contribuam para disputas eleitorais mais justas e com menores índices de corrupção. O objetivo principal, é entender se as medidas adotadas são de fato eficazes no combate a corrupção e explanar sobre os modelos de financiamento eleitoral utilizados no Brasil. Para tanto a metodologia utilizada foi a pesquisa bibliográfica, utilizando os fundamentos da literatura, tais como doutrinas, jurisprudências e artigos científicos.

2582

Palavras-chave: Financiamento eleitoral. Dinheiro. Corrupção. Eleições. Voto.

INTRODUÇÃO

O estudo a ser feito é motivado por ser algo decorrente nos direitos e deveres da população brasileira a cada dois anos. Diante da crise política e econômica vivida no Brasil, o tema deste trabalho é o financiamento de campanha eleitoral brasileira e mostrando também um pouco da corrupção por parte de políticos e eleitores na parte da compra e venda de votos.

Mesmo sendo vedado no art. 299 do Código Eleitoral, a compra de votos no Brasil acaba se tornando algo comum em época de eleições, eleitores veem ali uma forma de se beneficiarem de alguma forma aproveitando da necessidade do político em obter o voto para se eleger. Nesse sentido, o objetivo deste projeto é mostrar algumas reformas que foram feitas no sistema eleitoral em relação a este tema, criticando e mostrando um pouco da corrupção de políticos e eleitores no processo eleitoral.

¹Bacharelado em Direito da Universidade de Gurupi.

²Orientador do curso em Direito da Universidade de Gurupi.

1. DELIMITAÇÃO DO TEMA

1.1 Tema delimitado

Este projeto versa sobre a Lei nº 4.737, de 15 de julho de 1965, que institui o Código Eleitoral, especialmente sobre o “Financiamento de Campanhas Eleitorais e a Compra de Votos no Brasil”, que é o tema do presente projeto.

1.2 Delimitações específicas

1.2.1 Delimitação temporal

O fenômeno a ser estudado compete aos anos 1988, compreendendo até os dias atuais.

1.2.2 Delimitação espacial

O estudo será realizado com evidências captadas em todo o território nacional.

1.2.3 Delimitação procedimental

A pesquisa será realizada através de coletas de dados e pesquisa teórica.

1.2.4 Delimitação territorial

A pesquisa será realizada no Cartório da 02ª Zona Eleitoral de Gurupi-TO.

1.2.5 Delimitação populacional

A população afetada por esta pesquisa engloba todo cidadão brasileiro que esteja em gozo do exercício de seus direitos políticos.

1.3 Linha de pesquisa

“Cidadania”

O tema abordado se enquadra nesta linha de pesquisa, haja vista que trata do financiamento do processo político eleitoral e a compra de votos em território brasileiro. É sabido que processo de campanha eleitoral, por vezes, têm se mostrado vergonhoso diante dos absurdos cometidos, escândalos de corrupção, além da compra de votos demasiada.

2. JUSTIFICATIVA

Com a determinação de eleições para cargos públicos juntamente com a expansão dos direitos políticos a um número cada vez maior de eleitores, é possível notar um grande número de cidadãos dispostos a concorrer a um cargo político. E com o grande números de candidatos conseqüentemente a disputa tornou-se mais acirrada.

A partir da evolução dos partidos políticos e sua fundamental existência no sistema representativo, sobreveio a necessidade de manutenção dos grupos partidários, os quais a cada dia necessitam de maiores quantidades de recursos. Isto posto, o financiamento das campanhas eleitorais passou a pertencer ao nosso sistema, e dessa forma possibilitando a concretização da democracia.

O financiamento de campanha é o meio que os partidos políticos dispõem para arrecadar recursos que deverão ser aplicados durante a campanha política. O financiamento de campanha está previsto na Lei nº 9.504 de 30 de setembro de 1997, com posteriores alterações pela Lei nº 13.487, de 6 de outubro de 2017, **que institui dentre outras coisas, o Fundo Especial de Financiamento de Campanha (FEFC).**

Por ser uma das matérias mais pölemicas em todo o mundo, este tema tem sido reiteradamente discutido, especialmente porque ingere-se de modo direto na democracia, abuso de poder econômico, princípio da igualdade e na liberdade de voto. Divide opiniões: de um lado, alguns defendem a adoção de um financiamento privado para as campanhas eleitorais, ao passo que outra parte há quem defenda o financiamento público como a melhor escolha, há também espaço para quem encontre respaldo no financiamento misto (adotado pelo Brasil).

2584

Espera-se que com o presente trabalho possa se identificar quais são as formas habituais pelas quais a corrupção se coloca no contexto do financiamento das campanhas eleitorais, demonstrando ainda quais as vulnerabilidades normativas sucedidas pela arrecadação e prestação de contas do financiamento de campanhas eleitorais e por fim, apresentar as ações que devem ser adotadas pelo Estado para o combate a corrupção.

3. PROBLEMÁTICA E HIPÓTESES

Em um regime democrático, a escolha dos governantes é feita por meio de um processo eleitoral. Desse modo, os candidatos aos cargos eletivos têm de realizar campanhas que os possibilitem apresentar as ideias e projetos, com a intenção de conquistar o eleitorado e captarem

os votos necessários à vitória. Para materializar o objetivo eleitoral, as campanhas eleitorais irão gerar custos, dispêndio de recursos, sem os quais as eleições não seriam possíveis.

A atuação do poder econômico na esfera política de um país desperta preocupação social, quando o assunto em pauta versa sobre a forma e as fontes de custeio para os pleitos eleitorais.

À vista disso, verifica-se que todos os sistemas de financiamento de campanha eleitoral planejam uma disputa igualitária, evitando que disparidades aconteçam. Contudo, a verdade é que não existe sistema eximido a fraude, o qual pode divergir conforme os interesses sociais, culturais e inclusive do próprio procedimento eleitoral, alimentado por viciosas trocas de interesses.

Diante do exposto, este trabalho pretende analisar os sistemas de financiamento de campanhas eleitorais e as possíveis fraudes que possam advir de tais financiamentos, além de se atentar a possíveis cenários de corrupção no pleito das campanhas eleitorais no Brasil.

As hipóteses do presente trabalho, em estudo, visam demonstrar por meio de revisão sistemática de literatura acerca da problemática lançada anteriormente, que serão confirmadas ou não no decurso do desenvolvimento da pesquisa. Duas hipóteses foram estabelecidas: o financiamento privado de campanha eleitoral no Brasil traz redução da corrupção ou é apenas falácia política? A minirreforma eleitoral de 2017 trouxe modificações no que tange o fundo partidário e na criação do novo fundo especial de financiamento de campanha, entretanto vêm causando alvoroço e necessita de regulamentação, o que nos leva a questionar quais os reflexos sociais desde novo Fundo Especial?

2585

3.2 OBJETIVOS

3.3 Objetivo Geral

Analisar os sistemas de financiamento de campanhas eleitorais no Brasil e possíveis práticas corruptas durante a corrida pelo pleito político.

3.4 Objetivos Específicos

Analisar a eficácia da alteração dos modelos de financiamento de campanha eleitoral como solução para inibir ingressos de recursos financeiros ilegais a disputa eleitoral;

Discutir os modelos de financiamento de campanhas eleitorais;

Verificar até que ponto as novas regras para o financiamento de campanha eleitoral levam à igualdade na disputa entre os partidos políticos;

4. REFERENCIAL TEÓRICO

O presente trabalho tem como objetivo analisar o financiamento das campanhas eleitorais e a compra de votos no Brasil. É sabido que sem o financiamento de campanhas eleitorais, não seria possível haver o processo eleitoral, e as recentes modificações realizadas pela minirreforma de 2017.

A pesquisa versará, precisamente, sobre a exequibilidade do modelo teórico ao caso concreto, com o objetivo de verificar se os mecanismos vigentes garantem um pleito justo, igualitário e transparente.

Com o crescente volume financeiro, seja público, seja privado, canalizado para as campanhas eleitorais nas últimas duas décadas, acrescido aos inúmeros escândalos de corrupção envolvendo a Administração Pública, indicam uma relação invasiva do poder econômico sobre o poder político. Casos envolvendo grandes empresas doadoras e candidatos à mandatos eletivos serviram como motivação para o estudo sobre o tema, de forma que se faz necessário entender o papel de uma peça fundamental nas campanhas eleitorais: o dinheiro.

Nesse sentido, muito se discute doutrinariamente sobre quais seriam as melhores fontes financeiras, que fossem eficazes em suportar os gastos das campanhas eleitorais, assegurando a lisura e o caráter democráticos das eleições.

2586

A história das eleições no Brasil é longa, os registros históricos mostram que a primeira eleição no país se deu ainda sob a colonização dos portugueses, no período colonial, e somente em 1932 veio a surgir a justiça eleitoral.

No site da Câmara dos Deputados:

A primeira eleição ocorreu para eleger o Conselho Municipal da Vila de São Vicente, em São Paulo, no ano de 1532, para a escolha de ocupantes a cargos na Câmara Municipal e serem incumbidos da administração das vilas coloniais. Em Portugal, na época de 1532, era um período em que o Rei não era o único detentor do poder, dividia-o com outros grupos, com o propósito de firmar interesses e equilibrar o poder. Isso fazia com que os privilégios e as responsabilidades específicas eram estimulados, pois nascia uma posição social a ser ocupada.

Diante desse contexto, as eleições não toleravam o voto de todos os presentes e como na época ainda não havia o documento “título de eleitor”, o reconhecimento da pessoa tida como “eleitor” era feito por meio de reconhecimento pelos membros da Mesa Apuradora e por testemunhas. Ainda nesse contexto, o voto se restringia aos chamados “homens bons”, queram um grupo de homens que possuíam algum negócio de importância e/ou pertenciam a alguma linhagem de nobres.

Segundo Ângela de Castro (2006):

A Revolução de 1930 assinalaria um novo e grande ponto de partida na história do Brasil, rompendo definitivamente com o passado; vale dizer, com os erros da Primeira República: liberal, oligárquica, fraca, inepta, europeizante e política e culturalmente afastada do “povo brasileiro”

A Revolução trouxe consigo uma força comum aos movimentos revolucionários, a de estabelecer-se como um contraponto, um marco, um divisor de águas entre o “velho” e o novo período da república. À vista disto, a nova elite revolucionária busca um legitimar-se no poder, através de seu poder de antídoto à fase anterior.

Ainda segundo o site da Câmara dos Deputados:

Um dos princípios da revolução de 1930 foi a moralização do sistema eleitoral. Uma das primeiras ações do governo provisório foi o estabelecimento de uma comissão para reformar a legislação eleitoral, e seu trabalho resultou no primeiro Código Eleitoral do Brasil.

A criação do Código apresentava, portanto, a necessidade de moralizar o processo eleitoral, combatendo as fraudes e caos que lhes eram inerentes durante o período da República Velha. Um exemplo disso foi o voto, que servia como instrumento mantenedor das elites oligárquicas no poder, e agora passaria por uma reforma, devendo ser feito em segredo.

Para assegurar o individualismo do voto, instituiu-se o uso de envelope uniforme oficial, sem nenhum tipo de marcas identificadoras, bem como o “gabinete indevassável”, o qual criava um espaço isolado para o eleitor, no momento de preencher sua cédula. 2587

Trazendo a história para os dias atuais, o financiamento de campanhas eleitorais no Brasil por empresas públicas e privadas culminou por ensejar acalorados debates em razão das práticas corruptivas executadas pelos partidos políticos.

Segundo Speck (2012), após o caso Collor/PC Farias, ocorrido em 1992, o Congresso Nacional reformou o sistema de financiamento de partidos e eleições.

Em um dos mais recentes trabalhos sobre o custo das eleições no Brasil, Speck (2012) enumera uma série de pontos importantes. Em primeiro lugar, o autor demonstra que as doações têm origem e destinos concentrados: “a política é financiada por poucos atores, e as empresas são responsáveis por mais da metade do volume dos recursos, provenientes de um grupo muito restrito de doadores” (SPECK, 2012, p. 75). Em seguida, mostra que, no total, o volume de dinheiro gasto com as campanhas proporcionais é consideravelmente menor do que as campanhas majoritárias. As campanhas para Senador, Governador e Presidente consomem, juntas, um terço dos recursos investidos em campanhas, ao ponto que as eleições para Deputado – Federal e Estadual – são responsáveis por gastar os outros dois terços (SPECK, 2012, p. 74).

Sobre o papel do empresariado, o pesquisador relata ainda que 18 mil empresas doaram

recursos no Brasil nas eleições de 2010. A concentração do financiamento de campanha ficou evidenciada pelo fato de apenas 64 empresas terem doado mais do que R\$ 10 milhões, enquanto cerca de metade das doações ficaram abaixo de R\$ 100 mil.

Não obstante o caso brasileiro, escândalos decorrentes do financiamento de campanhas eleitorais surgem igualmente em outras democracias. Dessa maneira, muito possivelmente o dinheiro na política se tornou um assunto delicado em todas as democracias modernas.

No Brasil, esta questão emerge com um dos pontos mais polêmicos e complexos do atual debate sobre a reforma política. Como pontuado por Bruno Reis: “De fato, é difícil imaginar tema mais relevante, mais árido, menos estudado e mais central à nossa conjuntura política que o financiamento de campanhas eleitorais” (REIS, 2007).

Speck (2006, p. 153-156) elencou três principais preocupações derivadas do fraco controle social acerca do dinheiro na política: a) a igualdade de disputa proporcionada pelo sistema eleitoral; b) a igualdade do voto; e c) a própria ideia de representação.

A partir do breve panorama apresentado neste projeto inicial, permito-me a concluir que os financiamentos de campanhas eleitorais no Brasil têm ocupado bastante espaço nas discussões acerca da reforma política desde a Constituição de 1988 e é necessário que haja o estabelecimento na casualidade entre o voto e o dinheiro, o qual será explanado de forma mais aprofundada durante o Artigo Científico.

2588

5. METODOLOGIA

5.1 Tipo de pesquisa

O método escolhido para a realização do presente projeto foi a pesquisa bibliográfica, utilizando os fundamentos da literatura, como jurisprudências, doutrinas, revistas científicas, trabalhos monográficos e de pós-graduação *stricto sensu*, artigos jurídicos, sites de Tribunais brasileiros, entre outros.

5.2 Meios de busca

No estudo proposto, os meios de busca utilizados, serão baseados em doutrinas, sites, revistas especializadas, artigos científicos, legislação e jurisprudências, e também quaisquer outro tipo de material que possa contribuir para a elaboração deste trabalho, de forma coerente.

5.3 Critérios de inclusão e exclusão

Foi realizada uma revisão sistemática de literatura, nas bases de dados eletrônicas: Google Acadêmico e PubMed. Sendo selecionados os artigos compreendendo o período do ano de 2019 a 2023, em português, que versam sobre o financiamento de campanhas eleitorais.

5.4 Metodologia de análise de dados

Foram utilizadas a análise qualitativa do texto, através de análise de conteúdo e formulação de hipóteses.

5.5 Aspectos éticos

O presente trabalho não será submetido para aprovação junto ao Comitê de Ética em Pesquisa, conforme a resolução CNS 466/2012, pois se trata de uma pesquisa cujas informações serão obtidas em materiais já publicados e disponibilizados na literatura, não havendo intervenção ou abordagem direta junto à seres humanos. Dessa forma, a pesquisa não implicará em riscos ao sujeito.

5.6 Estrutura provável do trabalho de conclusão

A pesquisa científica do artigo " FINANCIAMENTO DE CAMPANHA ELEITORAL 2589
E A COMPRA DE VOTOS NO BRASIL" provavelmente será apresentada na seguinte ordem:

RESUMO

ABSTRACT

1. INTRODUÇÃO	
2. PRINCÍPIOS DO DIREITO ELEITORAL.....	
3. A HISTÓRIA DAS ELEIÇÕES NO BRASIL	
4. MODELO BRASILEIRO DE FINANCIAMENTO ELEITORAL.....	
4.1. Minirreforma Eleitoral de 2017.....	
4.2. Quanto custa uma eleição no Brasil?.....	
4.3. Financiamento privado de Empresas.....	
4.4. Financiamento pelos cidadãos.....	
CONCLUSÃO	

5.7 Cronograma de execução

O planejamento deve ser condizente com o cronograma. É apresentado em formato de tabela. O pesquisador deve estar atento a prazos e disponibilidade dos sujeitos participantes da pesquisa para coleta de dados.

ATIVIDADES		ANO: 2023								
		FE V	MAR	ABR	MAI	JUN	AGO	SET	OUT	NOV
1	Leituras para escolha do tema	X								
2	Elaboração do projeto de pesquisa		X	X						
3	Defesa do projeto em banca				X					
4	Redação do esboço do artigo					X				
5	Construção da Discussão Teórica						X			
6	Considerações Finais							X		
7	Revisão final							X		
8	Estudo para a Defesa								X	
9	Simulação da Defesa									X
10	Apresentação do Artigo Científico									X

2590

5.8 Orçamento financeiro e recursos necessários

Serviço/Material	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Valor Total
Aquisição bibliográfica	Doutrinas sobre o tema (e-book)	01	R\$ 27,30	R\$ 27,30
Impressões	Impressão do trabalho	60	R\$ 0,15	R\$ 9,00
Encadernação	Encadernação para a avaliação do trabalho	03	R\$ 3,50	R\$ 10,50
TOTAL GERAL				R\$ 46,80

REFERÊNCIAS

Conheça a história do voto no Brasil. Câmara dos Deputados, 05 out. 2014. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/143267-conheca-a-historia-do-voto-no-brasil/>. Acesso em 18 mar. 2023.

GOMES, Ângela de Castro. A nova “velha” República: um pouco de história e histografia. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/tem/a/j6CdLTMjjjVhZz7SBTNXQqJ/?format=pdf&lang=pt> Acesso em: 20 mar. 2023.

REIS, Bruno P. W. O Presidencialismo de Coalizão sob pressão: formação de maiorias democráticas à formação democrática de maiorias. Disponível em: <https://xdocz.com.br/doc/o-presidencialismo-de-coalizao-sob-pressao-da-formacao-de-maiorias-democraticas-a-formacao-democratica-de-maiorias-qz022l6px50m> Acesso em: 20 mar. 2023.

SPECK, Bruno W. Reagir a escândalos ou perseguir ideais? A regulação do financiamento político no Brasil. Cadernos Adenauer. Rio de Janeiro: Fundação Konrad Adenauer, ano 6 n. 2, p. 123-159, 2005. Disponível em: https://www.kas.de/c/document_library/get_file?uuid=80ada830-0761-8346-58c6-2fc8deb12bbo&groupId=265553 . Acesso em: 21 mar. 2023.

2591

SPECK Bruno W.; MANCUSO Wagner Pralon (2013). O que faz a diferença? Gastos de campanha, Capital político, sexo e contexto municipal nas eleições para prefeito em 2012. Cadernos Adenauer. Candidatos, partidos e coligações nas eleições municipais de 2012. Rio de Janeiro: Fundação Konrad Adenauer, ano 14, n. 2, p. 109-126, 2013. Disponível em: <https://dcp.fflch.usp.br/publicacoes/artigo-em-periodico/questionando-tese-da-cartelizacao-o-financiamento-das-organizacoes> . Acesso em: 21 mar. 2023.