

Alocação de Recursos Públicos em Campanhas Eleitorais: Um Estudo das Eleições Municipais Fluminenses de 2016

FÁBIO MATHIAS DA SILVA JUNIOR

Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)

TATIELE ALVES REIS

Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)

CLÁUDIA FERREIRA DA CRUZ

Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)

Resumo

Os partidos políticos fazem parte do grupo de organizações do terceiro setor e dependem de recursos financeiros públicos e privados para sua manutenção. Nesse âmbito, o fundo partidário se mostra como uma fonte significativa de recursos para a manutenção cotidiana dos partidos políticos, tendo em vista o crescente encarecimento das campanhas eleitorais nos últimos anos. Por outro lado, historicamente, o modelo de organização do sistema partidário brasileiro favorece pequenos grupos de partidos políticos no momento de distribuição dos recursos públicos. Desse modo, diversos fatores influenciam o modo como os partidos distribuirão tais recursos entre seus diretórios e candidatos em campanhas eleitorais. Assim, o objetivo desta pesquisa foi identificar os fatores que influenciam os partidos políticos na alocação de verbas públicas para campanhas eleitorais dos municípios fluminenses em 2016. A amostra foi composta pelos 92 municípios do estado, sendo a análise feita por meio de uma regressão logística. Dentre os resultados encontrados, destaca-se que o número de candidatos do município em relação ao número de eleitores se relaciona com a alocação de recursos públicos em campanhas eleitorais, enquanto que o número de candidatos, a região em que o município se localiza, o PIB per capita e a chance de reeleição de um candidato não apresentaram influência significativa na distribuição dos recursos oriundos do Fundo Partidário. Além disso, verifica-se uma alta concentração de recursos em uma parcela menor dos municípios e candidatos, em conjunto com uma prevalência do uso de recursos privados para o financiamento de campanhas eleitorais, como evidenciado por estudos anteriores.

Palavras-chave: Partidos políticos; Campanhas eleitorais; Fundo partidário; Alocação de recursos; Regressão logística

1 INTRODUÇÃO

Os partidos políticos são entidades fundamentais em um ambiente democrático, pois eles são responsáveis por representar a sociedade de um modo geral. Com o aumento do número de eleitores nos últimos anos, as eleições ficaram mais competitivas e, conseqüentemente, o custo das campanhas eleitorais tem aumentado significativamente (Agra, 2010).

São gastos de campanhas eleitorais todos os recursos consumidos em eleições que objetivam convencer os eleitores a votarem a favor de um projeto político, partido ou candidato (Speck, 2006). No entanto, Krause, Rebello e Silva (2015) identificam um certo afastamento da sociedade civil no financiamento institucional partidário. Com isso, os partidos ficam cada vez mais dependentes de recursos públicos para a manutenção de suas atividades.

Ademais, o encarecimento das campanhas partidárias e a dependência financeira dos partidos políticos possibilitam, de certo modo, o avanço de práticas de corrupção com o objetivo de arrecadação de recursos (Loureiro & Abrucio, 2004). Dessa forma, o financiamento público de campanhas e a respectiva prestação de contas são uma forma de coibir práticas ilícitas e fornecer condições mais iguais de concorrência entre os candidatos (Cervi, 2010).

Entre 2002 e 2013, o custo dos partidos políticos ao governo federal foi de cerca R\$ 7,0 bilhões, somando-se subsídios para propaganda partidária eleitoral, e as verbas oriundas do Fundo Partidário (Cazzolato & Candido, 2013). De acordo com Rabat (2011), o aumento da parcela dos recursos públicos para o Fundo Partidário contribuiu de forma positiva para o sistema partidário e para o ambiente político brasileiro.

Por outro lado, Ribeiro (2009) aponta que cada vez mais os partidos políticos se tornam dependentes dos recursos do Fundo Partidário, havendo uma grande concentração desses recursos em poucos partidos. Ademais, o autor ressalta que a maneira como os partidos repartem os recursos recebidos entre seus diretórios depende de variados fatores, como, por exemplo, os objetivos eleitorais dos partidos ou o grau de autonomia que os partidos concedem aos seus diretórios

Sabendo-se que os recursos do Fundo Partidário são destinados aos partidos políticos, e que estes, por sua vez, são parcialmente utilizados para o financiamento das campanhas eleitorais, formula-se a seguinte questão de pesquisa: Quais são os fatores determinantes na alocação das verbas públicas pelos partidos políticos para as campanhas eleitorais?

O objetivo principal da pesquisa é identificar quais os fatores que influenciam os partidos políticos na destinação de verbas públicas para campanhas eleitorais. Para isso, as campanhas eleitorais de prefeituras no estado do Rio de Janeiro em 2016 foram tomadas como referência. No contexto desses entes, analisa-se a receita de origem pública das campanhas eleitorais de candidatos à prefeitura em relação a variáveis dos municípios.

O Brasil constitui um campo oportuno para avançar no conhecimento do financiamento de campanhas eleitorais pois, diferentemente de outros países, o Brasil exige que os candidatos apresentem uma prestação de contas detalhada sobre as contribuições de campanha e estes dados são compilados e disponibilizados pelo TSE (Samuels, 2007). Além disso, criação do Fundo Especial para Financiamento de Campanha (FEFC), em 2017, tem levantado importantes debates acerca da legitimidade do uso de recursos públicos em campanhas eleitorais, frente a um cenário de contenção de gastos públicos (Schlickmann, 2019).

Diante do exposto, pode-se afirmar que este estudo se demonstra relevante por buscar contribuir para um maior entendimento acerca de recursos públicos em campanhas eleitorais, assunto este de grande importância para toda a sociedade.

Os municípios fluminenses foram escolhidos porque o estado do Rio de Janeiro possui relevância econômica e política no contexto nacional. Além disso, observa-se um crescimento no uso de recursos oriundos do fundo partidário para as campanhas eleitorais, com destaque para o Rio de Janeiro (Cazzolato & Candido, 2013).

2 Referencial Teórico

2.1 Financiamento de campanhas eleitorais no Brasil e o Fundo Partidário

Os recursos empregados em eleições com o objetivo de convencer o cidadão a votar em um candidato, partido ou projeto político podem ser considerados como gastos de campanhas eleitorais. Despesas relativas à organização do processo eleitoral ou da manutenção cotidiana dos partidos não devem ser confundidas com os recursos empregados em campanha (Speck, 2006).

Os debates acerca dos recursos empregados em campanhas eleitorais, bem como as vantagens e desvantagens do uso de financiamento público e privado, têm ganhado força. Se por um lado os gastos em campanha são necessários para convencer o eleitor, garantindo uma função positiva dos recursos em tal processo, por outro existem os riscos resultantes do financiamento político (Cervi, 2010; Speck, 2006).

Nesse contexto, Speck (2006) menciona como crítica ao financiamento de campanhas eleitorais os seguintes pontos: a importância excessiva dos recursos financeiros em campanhas e a distribuição não igualitária dos recursos entre os competidores; a influência desigual sobre a representação política exercida pelos cidadãos devido a diferente capacidade de aportar capital para as campanhas; e a possibilidade da concessão de favores, vantagens ou representação privilegiada dos interesses aos financiadores, como resposta aos recursos empregados por esses para o financiamento das campanhas eleitorais.

O financiamento dos partidos políticos, bem como de campanhas eleitorais no Brasil, ocorre por meio de recursos públicos e privados (Rabat, 2011). As principais diretrizes acerca do tema estão contidas na Lei nº 4.740/1965, a Lei Orgânica dos Partidos Políticos (LOPP) e na Lei nº 9.504/1997, conhecida como Lei das Eleições. É importante ressaltar que a Lei federal nº 13.165/2015, atualizada pela lei nº 13.488/2017, vetou as doações de pessoas jurídicas para os partidos políticos, portanto, os recursos privados permitidos são originados de pessoas físicas.

A LOPP, como é conhecida a Lei nº 4.740/1965, visou regulamentar “a fundação, organização, funcionamento e extinção dos partidos políticos nacionais”, como também estabelecer regras sobre as medidas disciplinares em caso de violação dos deveres partidários, a responsabilidade dos partidos com as respectivas finanças e contabilidade e a criação do Fundo Partidário (BRASIL, 1965).

A Lei nº 4.740/1965 foi substituída pela Lei nº 5.682/1971. A LOPP de 1971 mantinha a ideia de Fundo Partidário e demonstrava preocupação em responsabilizar o Estado pela manutenção dos partidos políticos; no entanto, na prática, os valores transferidos dos cofres públicos para os partidos mantiveram-se em patamares baixos. A Lei nº 5.682/1971 foi substituída pela Lei nº 9.096/1995, que se encontra atualmente em vigor (Cazzolato & Candido, 2013), e por este motivo, as atenções serão voltadas para a referida lei.

A LOPP de 1995 reconheceu os partidos políticos como pessoas jurídicas de direito privado, diferentemente das leis anteriores que os classificavam como pessoas jurídicas de

direito público interno (Brasil, 1995). De acordo com Rabat (2011), a LOPP de 1995 teve como objetivo prover maior apoio material estatal aos partidos políticos; a partir de então, os recursos públicos transferidos aos partidos políticos alcançaram valores significativos.

Além do mais, a LOPP de 1995, atualizada pelas leis federais nº 13.165/2015 e nº 13.488/2017, estabelece regras sobre a prestação de contas dos partidos políticos. Segundo a mesma, os partidos devem manter escrituração contábil que permita identificar as origens das receitas e a destinação das despesas; entre os itens exigidos nos balanços contábeis, encontram-se as informações das despesas de caráter eleitoral, com a especificação e comprovação dos gastos com programas nos meios de radiodifusão, comitês, propaganda, publicações, comícios, e as demais atividades.

A LOPP de 1995 e suas atualizações também vedam os partidos a receberem recursos, direta ou indiretamente, de entidades ou governos estrangeiros, entes públicos e pessoas jurídicas de qualquer natureza (exceto os recursos provenientes do Fundo Partidário e do Fundo Especial de Financiamento de Campanha), entidade de classe e sindical e também de pessoas físicas que exerçam função ou cargo público de livre nomeação e exoneração, ou cargo ou emprego público temporário – ressalvados aqueles que são filiados ao partido (Brasil, 1995, 2017a).

A criação de Fundo Partidário se deu por meio da LOPP de 1965 e, segundo Rabat (2011), a existência do Fundo Partidário é decorrente do reconhecimento legal da relevância dos partidos políticos para o desenvolvimento da sociedade, da democracia e da esfera política. Para alguns autores, o financiamento público de partidos políticos visa coibir relações de abuso de poder econômico mediante financiamento privado e busca reequilibrar a competição eleitoral, diminuindo o peso do financiamento privado na disputa (Cervi, 2010; Krause, Rebello & Silva, 2015; Speck, 2006).

A LOPP de 1995, que está atualmente em vigor, define que o Fundo Partidário será constituído por: multas eleitorais; recursos financeiros destinados por lei; doações de pessoas físicas ou jurídicas, por meio de depósitos bancários na conta do Fundo Partidário; e dotações orçamentárias do governo federal, com base no número de eleitores inscritos até 31 de dezembro do ano anterior (Brasil, 1995; Cazzolato & Candido, 2013).

Com relação aos critérios de distribuição do total do Fundo Partidário aos partidos políticos, a lei estabelece que: 5% serão distribuídos de forma igualitária e 95% serão distribuídos na proporção dos votos obtidos na última eleição geral para a Câmara dos Deputados (Brasil, 1995).

A respeito da utilização dos recursos provenientes do Fundo Partidário pelos partidos políticos, a lei obriga que os mesmos sejam destinados para: a manutenção do partido, permitindo que seja distribuído, do total recebido, até 50% para o órgão nacional e até 60% para cada órgão estadual e municipal; na propaganda doutrinária e política; no alistamento e campanhas eleitorais; na criação e manutenção de instituto ou fundação de pesquisa e de doutrinação e educação política (com aplicação mínima de 20% do total recebido); na criação e manutenção de programas de promoção e difusão da participação política das mulheres (com aplicação mínima de 5% do total recebido); no pagamento de contraprestações devidas a organismos partidários internacionais, ao qual o partido seja filiado e que se destinem ao apoio a pesquisa, ao estudo e à doutrinação política; e no pagamento de despesas com alimentação (Brasil, 1995).

A lei federal nº 9.504/1997 estabelece as normas para as eleições e, por este motivo, é conhecida como Lei das Eleições. Além das questões já conhecidas como o período das eleições, a quantidade de votos necessária para um determinado candidato se eleger, o

segundo turno e outras deste gênero, esta lei também dispõe as normas relativas ao Fundo Especial de Financiamento de Campanha (FEFC), a arrecadação e a aplicação de recursos nas campanhas eleitorais e a propaganda eleitoral no rádio e televisão.

Acerca do FEFC, tem-se que ele é constituído por dotações orçamentárias da União em ano eleitoral, em valor definido pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE) para cada eleição, e por 30% dos recursos da reserva específica – conforme a Lei nº 13.487/2017. Estes recursos serão distribuídos aos partidos, para o primeiro turno das eleições, de acordo com o seguinte critério: 2% divididos igualmente entre os partidos; 35% de divididos de forma proporcional aos votos obtidos na última eleição geral para a Câmara dos Deputados pelos representantes do partido integrantes da Câmara dos Deputados; 48% na proporção de representantes do partido na Câmara dos Deputados, consideradas as legendas dos titulares; 15% na proporção de representantes do partido no Senado Federal, consideradas as legendas dos titulares (Brasil, 1997, 2017b).

Na Lei das Eleições, as vedações e limites ao financiamento privado de campanhas encontram-se de forma mais detalhada. Com relação a arrecadação de recursos, a Lei das Eleições define que pessoas físicas poderão fazer doações em dinheiro ou estimáveis em dinheiro, no entanto, limita as doações e contribuições a 10% dos rendimentos brutos auferidos pelo doador no ano anterior a campanha (Rabat, 2011).

A Lei das Eleições determina que a propaganda eleitoral paga em rádio e televisão é proibida, restringindo-se ao horário gratuito eleitoral, no qual o tempo é distribuído de forma igualitária entre os candidatos. No entanto, o governo garante que os emissores de rádio e televisão recebam compensação fiscal pelo tempo cedido à propaganda eleitoral gratuita. (Brasil, 1997). Desta forma, tem-se que o horário eleitoral gratuito é uma ferramenta que busca dar oportunidade igualitária para que todos os candidatos possam difundir as suas ideias nos meios de radiodifusão, impedindo que haja uma disparidade excessiva entre os candidatos (Rabat, 2011). Na perspectiva de Samuels (2007), os custos excessivos de campanhas eleitorais deveriam ser reduzidos, visto que não há necessidade de compra do espaço na mídia.

De acordo com o exposto acima e como mencionado por Cazzolato e Candido (2013) e Rabat (Rabat, 2011), entre os mecanismos adotados pelo governo brasileiro para o financiamento das campanhas eleitorais, estão os subsídios para as propagandas eleitorais e as verbas destinadas ao Fundo Partidário. Para Cervi (2010), os recursos públicos não só garantem a manutenção dos partidos, como também promovem igualdade entre os candidatos, não os tornando totalmente dependentes do financiamento privado.

Contudo, de acordo com Speck (2006), os critérios de distribuição do fundo partidário promovem uma desigualdade na competição eleitoral. Braga e Bourdoukan (2009) e Rubio (2005) concordam com a visão do autor, evidenciando que, desde seu início, o Fundo Partidário tem gerado mais benefícios a um grupo menor de partidos políticos, consolidando partidos tradicionais no sistema partidário brasileiro. Assim, o foco desta pesquisa será nas verbas do fundo destinadas para o financiamento de campanhas eleitorais. Quanto ao FEFC, o mesmo só foi criado no ano de 2017, e, portanto, não esteve presente nas eleições municipais de 2016.

2.2 Alocação de recursos e o caminho da verba pública para campanhas eleitorais

A Resolução nº 23.463/2015 do TSE estabeleceu as regras de arrecadação e gastos em campanhas eleitorais para as eleições municipais de 2016. Pode-se destacar que, a partir de tais eleições, as doações de pessoas jurídicas passaram a não ser mais permitidas, bem como

foi estabelecido um teto de gastos pelo TSE por candidato, cujo descumprimento acarretará multas (TSE, 2015).

O artigo 14 da referida resolução estabelece seis formas de arrecadação para campanhas eleitorais, a saber: recursos próprios dos candidatos, doações financeiras de pessoas físicas, doações de outros partidos e outros candidatos, comercialização de bens e serviços e promoção de eventos para arrecadação direta, recursos próprios dos partidos políticos (desde que identificada a origem) e receitas de aplicação financeira originada dos recursos da campanha (TSE, 2015).

Os candidatos e os comitês financeiros de partidos políticos que optarem por arrecadar recursos e realizarem gastos em campanhas eleitorais devem abrir conta bancária específica, respeitando-se os prazos previstos em lei. O objetivo é que se registre toda a movimentação financeira realizada em campanha eleitoral, incluindo recursos próprios dos candidatos, receitas de comercialização de bens e serviços, e de realização de eventos (Sallaberry, Vendruscolo & Rodrigues, 2014).

Quanto aos recursos próprios dos partidos políticos, a norma estabelece quatro formas para este tipo de arrecadação, dentre as quais destacam-se os recursos oriundos do Fundo Partidário. Respeitado os limites de gastos previstos em lei para este tipo de recurso, a alocação do mesmo pelos partidos políticos aos seus candidatos em campanhas eleitorais fica a critério dos próprios partidos (Brasil, 1995; Sallaberry, Vendruscolo & Rodrigues, 2014; TSE, 2015).

Como dito anteriormente, nas eleições municipais de 2016, as doações de pessoas jurídicas para campanhas eleitorais foram vetadas pelo TSE. Em eleições anteriores, estas eram as principais fontes de receitas para o financiamento de campanhas, seguido pelas transferências do Fundo Partidário. Com o veto do TSE, os recursos originados do Fundo Partidário ganham um papel ainda mais relevante no financiamento de campanhas eleitorais (Almeida, Félix Júnior, Lagioia, Araújo & Araújo 2016; Krause, Rebello & Silva, 2015; Sallaberry, Vendruscolo & Rodrigues, 2014).

Estudos como o de Cervi (2010) e Almeida, Félix Júnior, Lagioia, Araújo e Araújo (2016) mostram como a alocação de recursos, de origem privada ou pública, em campanhas eleitorais, pode ser determinante para o sucesso na disputa entre os candidatos. Assim, entende-se que os partidos podem traçar estratégias ou definir prioridades para a alocação dos recursos em campanhas eleitorais, de acordo com seus objetivos, ou ainda de acordo com as características do local onde a disputa por votos é realizada (Braga & Bourdoukan, 2009).

Nesse sentido, Manhanelli (1988), Veloso (2002), Kuntz (2006) e Estrada, Brito, Verardi e Almeida (2013), em seus trabalhos sobre planejamento de campanhas eleitorais e de participações políticas, desenvolveram modelos para tal fim. Dentre as estratégias e planos de ação apontados como fundamentais para um bom planejamento de campanha e sucesso eleitoral, os autores destacam questões como: orçamentos dos recursos a serem utilizados, contabilidade e prestação de contas, e coordenação financeira.

Para Estrada, Brito, Verardi e Almeida (2013), a definição de critérios de arrecadação de recursos em campanhas eleitorais, bem como uma estratégia bem definida de alocação de tais recursos, a fim de que se evite gastos excessivos ou ineficientes, devem fazer parte do planejamento de campanha dos partidos políticos e dos candidatos.

Assim, percebe-se que o Fundo Partidário deve ser bem gerido pelos partidos políticos para que se obtenha sucesso nas disputas eleitorais. Não só o montante recebido pode ser determinante para o sucesso em uma eleição, como também a correta aplicação dos recursos com estratégias bem definidas.

3 Procedimentos Metodológicos

3.1 Caracterização da pesquisa e variáveis consideradas

A pesquisa realizada tem por característica ser descritiva com abordagem quantitativa. Para Gerhardt e Silveira (2009), a pesquisa descritiva se caracteriza por buscar descrever um fenômeno de determinada realidade. Com isso, o fenômeno a ser descrito é se características dos municípios fluminenses se relacionam com a transferência de verbas do Fundo Partidário para campanhas eleitorais de candidatos à prefeitura.

A regressão logística (LOGIT) foi selecionada como método para se identificar a relação de determinadas variáveis com a transferência de verbas públicas para campanhas eleitorais. Na LOGIT, a variável explicada tem natureza binária, assumindo os valores 0 ou 1. Tal modelo utiliza o método de máximo verossimilhança, com o intuito de estimar a maior probabilidade de um evento ocorrer. Ademais, esse tipo de regressão contorna certas restrições apontadas por outros modelos, como a homogeneidade de variância e normalidade dos erros (Fávero, Belfiore, Silva & Chan, 2009).

Assim, a variável explicada da pesquisa é a transferência de recursos do Fundo Partidários para as campanhas eleitorais dos candidatos às prefeituras dos municípios fluminenses, sendo atribuído o valor 0 para os casos em que nenhum candidato do município tenha recebido tal tipo de recurso e 1 para os casos em que pelo menos um candidato do município tenha recebido recursos originados do Fundo Partidário.

Já as variáveis explicativas consideradas no modelo, por município, são: número de eleitores, região (*dummy*), número de candidatos, renda per capita e chance de reeleição (*dummy*). As variáveis foram selecionadas de acordo com literaturas relacionadas com o tema da pesquisa.

De acordo com Estrada, Brito, Verardi e Almeida (2013), durante o planejamento de campanha e antes da alocação dos recursos, alguns aspectos relacionados ao local onde ocorre a disputa eleitoral devem ser observados pelos partidos e candidatos, como aspectos sociais e econômicos, número de eleitores a serem alcançados e probabilidades de eleição, considerando que a presença de um candidato a reeleição exige um maior esforço econômico pelos outros candidatos a fim de superá-lo. Com base nisso, foram consideradas as variáveis "PIB per capita", "número de eleitores" e "chance de reeleição", sendo esta última uma variável *dummy*. Assim, foi atribuído o valor 1 para o município com candidato a reeleição e 0 para a ausência deste fato.

Para Samuels (2007), a necessidade de recursos para uma campanha eleitoral pode variar de acordo com o local onde as eleições são realizadas. Municípios com maiores índices de atividade econômica, ou com maiores populações, tendem a demandar mais recursos para a realização das campanhas. De acordo com o IPEA (2012), os municípios pertencentes à região metropolitana do estado do Rio de Janeiro concentram cerca de 74% da população do estado e são responsáveis por aproximadamente 71% do Produto Interno Bruto (PIB) estadual (IPEA, 2012). Sendo assim, a variável "Região" foi elaborada, atribuindo-se o valor 1 para os municípios que pertencem a região metropolitana, e 0 para os não pertencentes.

Ainda de acordo com Samuels (2007), quanto maior o número de candidatos a eleição, maior a necessidade de recursos para o sucesso eleitoral. Estrada, Brito, Verardi e Almeida (2013) corroboram com esta visão, afirmando que o número de concorrentes deve ser considerado durante o planejamento de campanha. Dessa forma, o número de candidatos à prefeitura de cada município foi considerado como o uma variável no modelo de regressão.

É importante destacar que as variáveis “número de eleitores” e “número de candidatos” foram padronizadas pela população de cada município. Em relação a variável “PIB per capita”, essa já estava padronizada pela população quando coletada.

Tabela 1 - Resumo das variáveis utilizadas na pesquisa

Variável	Tipo	Sigla	Forma de mensuração	Referências
Fundo Partidário para campanha eleitoral	Explicada	Fundo Partidário (0,1)	(1) para os casos em que pelo menos um candidato à prefeitura do município tenha recebido verba do fundo e (0) para os casos de não ocorrência	Não aplicável
Número de Eleitores	Explicativa	Eleit.pop	Número de eleitores cadastrados no TSE dividido pela população do município	Estrada, Brito, Verardi e Almeida (2013)
Número de candidatos	Explicativa	CandidatosPop	Número de candidatos registrados pelo TSE dividido pela população do município	Samuels (2007); Estrada, Brito, Verardi e Almeida (2013)
PIB per capita	Explicativa	PIBpercapita	Produto Interno Bruto (PIB) dividido pelo número de habitantes	Estrada, Brito, Verardi e Almeida (2013)
Região	Explicativa	Região	(1) Para os municípios da região metropolitana e (0) para os não pertencentes	Samuels (2007)
Chance de reeleição	Explicativa	Reeleição	(1) Para os municípios com candidatos à reeleição e (0) para a não ocorrência	Estrada, Brito, Verardi e Almeida (2013)

Fonte: elaborado pelos autores com base na literatura sobre o tema.

A tabela 1 apresenta um resumo com o nome das variáveis, o tipo, as siglas geradas pelo *software* SPSS, a forma de mensuração de cada variável, e a literatura que fundamentou a formulação de cada variável, conforme apresentado nesta seção.

3.2 Fonte de dados e amostra da pesquisa

A amostra da pesquisa foi composta pelos 92 municípios do estado do Rio de Janeiro, já que todos eles, sem exceções, realizaram eleições municipais para o cargo de prefeito em 2016.

Os dados referentes à variável explicada e referentes às variáveis “número de candidatos”, “chance de reeleição” e “número de eleitores” foram coletados do portal “DivulgaCand”, disponível no site do TSE. Foram considerados 422 candidatos dentre os 92 municípios. Para coleta do “número de eleitores”, tomou-se como base o mês de abril de 2016, visto que os eleitores cadastrados após esse mês não poderiam votar nas eleições do mesmo ano. Já os dados referentes a população, “PIB per capita” e “Região” foram coletados do portal “IBGE Cidades”, disponível no site do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Os dados acerca da população e do PIB per capita são referentes ao ano de 2015, pois este é o ano base mais atualizado possível que estaria disponibilizado para os partidos e candidatos no ano de 2016.

Após a coleta dos dados, os mesmos foram tabelados no programa Microsoft Excel e depois transferidos para o *software* SPSS – *Statistical Package of Social Science*, v. 20, por

meio do qual foi realizada a regressão logística. Para se avaliar possíveis problemas de colinearidade entre as variáveis contínuas, foi utilizado o *software* Gretl.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

4.1 Análise descritiva dos dados

Esta seção apresenta a análise descritiva dos dados e demonstrará como os recursos do Fundo Partidário foram alocados na campanha eleitoral dos candidatos à prefeito nas cidades do estado do Rio de Janeiro em 2016.

Tabela 2 - Análise descritiva das variáveis escalares

	Fundo Partidário	Recursos Privados	Verba total recebida	Número de eleitores	Número de Candidatos	PIB per capita
Total	26.762.433,53	59.541.459,56	86.303.893,09	12.332.918,00	422,00	-
Média	290.896,02	647.189,78	938.085,79	134.053,46	4,59	34.230,93
Mediana	49.758,68	377.950,79	429.912,77	29.404,50	4,50	23.249,39
Desvio Padrão	1.369.691,95	1.399.307,92	2.738.729,58	516.359,67	1,88	30.791,64
Mínimo	0,00	14.915,00	23.805,65	6.929,00	2,00	12.205,86
Máximo	12.855.831,09	13.010.851,50	25.866.682,59	4.876.043,00	11,00	211.946,00

Fonte: elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa.

Com relação à origem dos recursos empregados nas eleições municipais fluminenses em 2016 tem-se, a partir dos dados apresentados na tabela 2, que a participação dos recursos privados no financiamento de campanhas eleitorais foi superior à dos recursos advindos do Fundo Partidário. Ainda analisando as variáveis referentes aos recursos recebidos, por meio da comparação da média com a mediana, pode-se perceber que a média é muito superior a mediana. Isto indica que há um desequilíbrio nos dados e os extremos superiores influenciam mais a amostra do que os inferiores, ou seja, houve grande concentração de recursos para aqueles que mais receberam. Esta ideia de desequilíbrio é reforçada ao analisar o desvio padrão, bem como os valores mínimo e máximo.

Ao analisar a variável “número de eleitores” também se nota uma grande diferença entre a média e a mediana, bem como um valor alto de desvio padrão e grande amplitude. Este resultado coopera com a ideia de que os municípios possuem dimensões distintas e, conseqüentemente, maiores ou menores quantidades de eleitores. A mesma interpretação é válida para as variáveis “PIB per capita” e “número de eleitores”; os resultados indicam que há uma concentração de riqueza, assim como há muitos candidatos concentrados em determinados municípios.

Tabela 3 - Contagem da presença e ausência de atributos nas variáveis nominais

	Região Metropolitana	Chance de Reeleição
Não	71	54
Sim	21	38

Fonte: elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa.

Foram coletados dados referentes aos 92 municípios do estado do Rio de Janeiro, estando estes localizados em diferentes regiões. Para fins desta pesquisa, foi considerado

como variável qualitativa pertencer ou não à região metropolitana do Rio de Janeiro. Como descrito na tabela 3, 21 municípios estão inseridos na região metropolitana e 71 não pertencem à mesma. Com relação a presença ou não de candidatos à reeleição nas cidades, tem-se que 38 municípios apresentaram candidatos que buscavam a reeleição e nos outros 54 municípios esta característica demonstrou-se ausente.

Tabela 4 - Recursos destinados às eleições municipais fluminenses em 2016

	Amostra Completa (n=92)		Região Metropolitana (n=21)		Região não Metropolitana (n=71)	
Fundo Partidário	26.762.433,53	31,01%	22.107.833,50	40,29%	4.654.600,03	14,81%
Outros Recursos	59.541.459,56	68,99%	32.765.075,53	59,71%	26.776.384,03	85,19%
Total	86.303.893,09	100,00%	54.872.909,03	100,00%	31.430.984,06	100,00%

Fonte: elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa.

Na tabela 4, encontram-se o montante total de recursos destinados às eleições fluminenses em 2016 e o mesmo subdividido de acordo com a localização dos municípios. Entre os resultados do estudo de Krause, Rebello e Silva (2015) tem-se que as doações de pessoas físicas tiveram maior participação no financiamento de campanhas. Esta premissa é reafirmada ao analisar os dados referentes ao financiamento das campanhas municipais fluminenses em 2016, em que o Fundo Partidário obteve participação de 31% e os demais 69% foram provenientes de outros recursos, ou seja, recursos provenientes de pessoas físicas.

Além disso, ao separar a amostra por região, percebe-se que há grande concentração dos recursos na região metropolitana, sejam eles públicos ou privados. No entanto, pode-se observar que há grande discrepância na alocação dos recursos do Fundo Partidário entre as duas regiões. Tem-se que 40% dos recursos em municípios pertencentes à região metropolitana provém do Fundo Partidário, o que representa mais de R\$22 milhões para 21 municípios. Enquanto, apenas 15% dos recursos relativos aos municípios que não pertencem a região metropolitana foram provenientes do Fundo Partidário, representando R\$4,6 milhões para 71 municípios. O estudo de Samuels (2007) prevê esse comportamento ao afirmar que os custos de campanha variam de acordo com o local, não sendo o mesmo para grandes metrópoles e cidades menos desenvolvidas. E, desta forma, o esforço para a arrecadação de recursos estaria sendo influenciado pela localização do município.

Tabela 5 - Municípios que receberam mais recursos para as eleições municipais fluminenses em 2016

	Cidade	Fundo Partidário		Outros Recursos		Total	
1	Rio de Janeiro	12.855.831,09	49,70%	13.010.851,50	50,30%	25.866.682,59	100,00%
2	Duque de Caxias	1.482.004,74	39,13%	2.305.583,11	60,87%	3.787.587,85	100,00%
3	Niterói	1.388.184,42	37,67%	2.296.551,45	62,33%	3.684.735,87	100,00%
4	São Gonçalo	1.344.275,00	36,62%	2.326.144,58	63,38%	3.670.419,58	100,00%
5	Nova Iguaçu	2.315.483,69	69,96%	994.332,82	30,04%	3.309.816,51	100,00%

Fonte: elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa.

Em valores absolutos, os municípios que arrecadaram mais recursos estão representados na tabela 5, sendo eles: Rio de Janeiro, Duque de Caxias, Niterói, São Gonçalo e Nova Iguaçu.

Tabela 6 - Municípios que receberam mais recursos do Fundo Partidário para as eleições municipais fluminenses em 2016

	Cidade	Fundo Partidário		Outros Recursos		Total	
1	Rio de Janeiro	12.855.831,09	49,70%	13.010.851,50	50,30%	25.866.682,59	100,00%
2	Nova Iguaçu	2.315.483,69	69,96%	994.332,82	30,04%	3.309.816,51	100,00%
3	Duque de Caxias	1.482.004,74	39,13%	2.305.583,11	60,87%	3.787.587,85	100,00%
4	Niterói	1.388.184,42	37,67%	2.296.551,45	62,33%	3.684.735,87	100,00%
5	São Gonçalo	1.344.275,00	36,62%	2.326.144,58	63,38%	3.670.419,58	100,00%

Fonte: elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa.

Com relação aos que mais receberam recursos do Fundo Partidário, encontram-se os mesmos municípios apresentados na tabela 5, porém em ordem diferente, de acordo com a tabela 6. Este resultado está de acordo com o que foi encontrado anteriormente, uma vez que estes municípios são pertencentes à região metropolitana. Além disso, estas cidades também são as cinco que apresentaram o maior “número de eleitores”; e com relação ao “número de candidatos” também se encontram entre os cinco primeiros: Rio de Janeiro, com 11 candidatos; São Gonçalo e Duque de Caxias, ambos com 8 candidatos – acima da média apresentada para a variável (tabela 2). Com relação a variável “PIB per capita”, a mesma tendência não se confirma, ficando com as seguintes colocações: Niterói (14°), Rio de Janeiro (18°), Duque de Caxias (25°), Nova Iguaçu (55°) e São Gonçalo (78°).

Tabela 7 - Candidatos que receberam mais recursos do Fundo Partidário para as eleições municipais fluminenses em 2016

	Candidato	Partido	Fundo Partidário	Outros Recursos	Total	Cidade
1	Marcelo Crivella	PRB	9.400.374,81	263.800,00	9.664.174,81	Rio de Janeiro
2	Rogério Lisboa	PR	1.452.437,00	99.160,00	1.551.597,00	Nova Iguaçu
3	Aureo Ribeiro	SD	1.182.021,74	55.800,00	1.237.821,74	Duque de Caxias
4	Rodrigo Barreto	PV	999.870,30	1.432.750,99	2.432.621,29	Niterói
5	Flávio Bolsonaro	PSC	871.686,53	11,60	871.698,13	Rio de Janeiro

Fonte: elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa.

A tabela 7 apresenta os candidatos que mais receberam recursos provenientes do Fundo Partidário, sendo eles: Marcelo Crivella, Rogério Lisboa, Aureo Ribeiro, Rodrigo Barreto e Flávio Bolsonaro, todos representando diferentes partidos políticos. Além disso, nota-se que tais candidatos pertencem as cinco cidades mencionadas anteriormente. Este resultado corrobora com a ideia, que foi explicitada até então, de que os recursos se encontraram concentrados.

Vale ressaltar que, embora os resultados demonstrem grande concentração dos recursos em determinadas cidades e candidatos, eles podem ter sido afetados pelo limite dos gastos por candidato imposto pelo TSE por meio da Resolução nº 23.463/2015. O estabelecimento de um teto dos gastos por candidato pode ter influenciado no planejamento das campanhas eleitorais municipais fluminenses em 2016.

4.2 Análise da Regressão Logística

Esta seção analisa os resultados obtidos a partir da regressão logística e se concentra em identificar o relacionamento das características das cidades com a determinação dos recursos alocados.

Tabela 8 - Percentual de acerto do modelo inicial

	Observed		Predicted		
			Fundo Partidário (0,1)		Percentage Correct
			0	1	
Step 0	Fundo Partidário (0,1)	0	0	19	,0
		1	0	73	100,0
	Overall Percentage				
a. Constant is included in the model.					
b. The cut value is ,500					

Fonte: elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa.

A tabela 8 apresenta o percentual de acerto da predição feita pelo modelo de regressão sem a inclusão das variáveis explicativas (modelo inicial). Portanto, o percentual de acerto inicial é de 79,3%. O objetivo desta análise é verificar se a inclusão das variáveis explicativas no modelo melhora sua capacidade de predição.

Tabela 9 - Step, Block e Model

		Chi-square	df	Sig.
Step 1	Step	19,655	5	,001
	Block	19,655	5	,001
	Model	19,655	5	,001

Fonte: elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa.

O teste "Step, Block e Model" é apresentado na tabela 9. Segundo Fávero, Belfiore, Silva e Chan (2009), tal teste tem por objetivo avaliar a hipótese nula de que os coeficientes gerados pelo modelo são nulos. Com isso, a um nível de significância de 5%, rejeita-se a hipótese nula de que os coeficientes são nulos, ou seja, o modelo como um todo é válido.

Tabela 10 - Sumário do Modelo

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	74,058 ^a	,192	,301

Fonte: elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa.

A tabela 10 apresenta o resultado do teste "-2 Log likelihood" e o valor do "Nagelkerke R² Square", similar a função do R² da regressão linear comum (Fávero, Belfiore, Silva & Chan, 2009). O teste "-2 Log likelihood" é do tipo "quanto menor, melhor", contudo não deve ser interpretado isoladamente. Já o valor do "Nagelkerke R² Square" nos mostra que o modelo é capaz de explicar 30,1% da variável dependente.

Tabela 11 - Teste de Hosmer e Lemeshow

Step	Chi-square	df	Sig.
1	12,815	8	,118

Fonte: elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa.

De acordo com Fávero, Belfiore, Silva e Chan (2009), o teste de Hosmer e Lemeshow, apresentado na tabela 11, tem por hipótese nula que não existem diferenças significativas

entre os valores preditos pelo modelo e os valores observados na amostra. Portanto, a um nível de significância de 5%, aceita-se a hipótese nula do teste, ou seja, não existem diferenças significativas entre os valores observados e os valores preditos pelo modelo.

Tabela 12 - Percentual de acerto do modelo com a inclusão das variáveis explicativas

	Observed		Predicted		
			Fundo Partidário (0,1)		Percentage Correct
	0	1	0	1	
Step 1	Fundo Partidário (0,1)	0	7	12	36,8
		1	2	71	97,3
	Overall Percentage				84,8

a. The cut value is ,500

Fonte: elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa.

A tabela 12 apresenta o percentual de acerto do modelo com a inclusão das variáveis explicativas. Comparando o resultado desta tabela com o resultado da tabela 1 (79,3% contra 84,8%), pode-se afirmar que houve uma melhora no percentual de acerto das predições geradas pelo modelo.

Os resultados do "Teste Wald" indicam o coeficiente de cada variável explicativa do modelo. Em outras palavras, como elas impactam na probabilidade de ocorrência do evento de interesse, assim como o nível de significância de cada uma delas.

Tabela 13 - Teste Wald

		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1 ^a	Eleit.Pop	-2,614	4,126	,401	1	,526	,073
	CandidatosPop	-7662,020	3001,429	6,517	1	,011	,000
	Região	,582	1,171	,247	1	,619	1,790
	Reeleição	-,120	,599	,040	1	,842	,887
	PIBpercapta	,000	,000	,000	1	,990	1,000
	Constant	4,741	3,185	2,216	1	,137	114,605

Fonte: elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa.

Com base nos resultados da tabela 13, observa-se que apenas a variável "CandidatosPop" foi significativa a um nível de 5% de significância, de forma que uma variação positiva na variável diminui a probabilidade de ocorrência de um candidato receber verbas do fundo partidário.

Tal resultado pode ser explicado pelo estudo sobre planejamento de campanhas eleitorais feito por Estrada, Brito, Verardi & Almeida (2013). De acordo com esses autores, diversos fatores são analisados antes da alocação de recursos para as campanhas, dentre elas o número de candidatos para o cargo em disputa.

Nesse sentido, entende-se que quanto maior o número de candidatos em relação a população, maior a concorrência para o cargo, menores são as probabilidades de alocação de recursos do fundo partidário em tais campanhas. Em outras palavras, como para a maioria dos partidos esse recurso é escasso, em comparação aos que mais recebem, a tendência é que esses recursos sejam aplicados onde o número de candidatos em relação a população for menor, pois as chances de se obter sucesso nas eleições são maiores.

Tabela 14 - Teste FIV

Variáveis	FIV
EleitPop	1,649
CandidatosPop	1,667

PIBpercapta	1,115
-------------	-------

Fonte: elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa.

Para se verificar a existência de colinearidade entre as variáveis independentes contínuas, foi realizado o teste de “Fatores de Inflação da Variância” (FIV), conforme a tabela 14. Para Fávero, Belfiore, Silva e Chan (2009), um FIV maior do que 5,0 indica problemas de colinearidade entre as variáveis. Portanto, pode-se concluir que não houve problemas de colinearidade entre as variáveis explicativas contínuas desta pesquisa.

4.3 Discussão dos Resultados

A análise descritiva aponta alguns resultados importantes para a pesquisa realizada. A primeira delas consiste no fato de que houve mais recursos privados do que recursos públicos no financiamento de campanhas eleitorais para as eleições municipais do estado do Rio de Janeiro em 2016. Isso pode indicar duas situações: a primeira é que houve uma maior participação da sociedade como um todo no financiamento das campanhas, ou é possível que um pequeno grupo com interesses políticos e alto poder financeiro tenha sido responsável pelo financiamento. Rubio (2005) corrobora com este pensamento e alerta que partidos políticos que dependem economicamente de pequenos grupos privado acabam por agir de acordo com o interesse de seus financiadores e não de acordo com o bem público.

Em segundo lugar, pode-se destacar a alta concentração de recursos para campanha, sejam eles de origem público ou privado, em poucos municípios e em poucos candidatos. Isso pode ser explicado pelo modelo de organização do sistema político brasileiro. Braga e Bourdoukan (2009) afirmam que, desde sua criação, as formas de financiamento público de partidos políticos brasileiros possuem critérios distributivos que privilegiam um pequeno número de partidos, impactando negativamente na competição eleitoral.

Quanto a análise estatística e respondendo a questão de pesquisa, o principal resultado indica que quanto maior o número de candidatos por eleitor do município, maior é a concorrência, e menores são as chances de o candidato receber recursos do Fundo Partidário. Em um cenário no qual poucos partidos recebem a maior parte dos recursos públicos, espera-se que exista um maior planejamento e uma seleção criteriosa pelos partidos sobre a forma de distribuição desses recursos entre os candidatos, conforme indicado por Estrada, Brito, Verardi e Almeida (2013).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve por objetivo identificar quais os fatores que influenciam os partidos políticos na alocação de verbas públicas para campanhas eleitorais, tendo como referência as eleições municipais fluminenses em 2016. Foram levantados os valores arrecadados pelos candidatos a prefeito e os dados relativos aos municípios que poderiam ter influenciado nesta destinação dos recursos públicos. A partir disso, foi realizada uma análise descritiva e regressão logística, cujo intuito foi demonstrar como os recursos do Fundo Partidário foram alocados e identificar uma possível relação entre as características das cidades na determinação desta alocação de recursos.

Os resultados da pesquisa mostraram que a participação dos recursos privados no financiamento de campanhas eleitorais foi superior à dos recursos advindos do Fundo Partidário e que há grande concentração dos recursos em determinadas cidades e candidatos. Verificou-se que as cinco cidades que mais receberam recursos públicos estão localizadas na

região metropolitana do Rio de Janeiro e que elas detêm a maior quantidade de número de eleitores. Além disso, três destas cinco cidades também obtiveram eleições bastante concorridas, estando com o maior quantitativo de candidatos. Com relação a existência de candidatos à reeleição, também foi observada a presença deste em três entre os cinco municípios. No entanto, esta tendência não foi seguida pela variável "PIB per capita", em que estes municípios ocuparam posições diversas na classificação.

Os resultados apontam que o modelo é capaz de explicar 30,1% da variável dependente. No entanto, apenas a variável "número de candidatos" foi significativa a um nível de 5% de significância. O resultado sugere que a tendência é que os recursos sejam aplicados nos municípios em que o número de candidatos em relação à população é menor, isto porque é provável que as chances de se obter sucesso nas eleições são maiores neste caso.

O estabelecimento de um teto dos gastos por candidato por meio da Resolução nº 23.463/2015 foi considerado como uma limitação deste estudo, pois entende-se que a norma pode ter influenciado no planejamento das campanhas eleitorais municipais fluminenses em 2016. Outra limitação do estudo é a composição da amostra, portanto os resultados não devem ser generalizados.

Em suma, pode-se afirmar que o modelo de organização do sistema eleitoral brasileiro tem beneficiado um grupo político pequeno com maior disponibilidade de recursos, exigindo que os demais partidos realizem um planejamento mais adequado e uma seleção criteriosa na repartição dos recursos públicos recebidos.

Como sugestão de pesquisas futuras, estas poderiam concentrar-se em realizar um estudo para compreender como são executados os planejamentos das campanhas eleitorais junto aos partidos políticos e candidatos, com o objetivo de identificar outras variáveis que influenciam na alocação de recursos públicos em campanhas eleitorais. Outra sugestão consiste em estabelecer comparações entre os recursos arrecadados para as campanhas eleitorais e o que foi efetivamente gasto com a mesma, ou ainda realizar entrevistas com os gestores de campanhas eleitorais para se obter um entendimento mais detalhado de como os recursos são recebidos e distribuídos.

REFERÊNCIAS

- Abrucio, F. L., & Loureiro, M. R. (2004). Finanças públicas, democracia e accountability. In P. R. Arvate & C. Biderman (Eds.), *Economia do Setor Público no Brasil* (pp. 75–102). Rio de Janeiro: Elsevier/Campus.
- Agra, W. de M. (2010). Financiamento de Campanha e Prestação de Contas. *Estudos Eleitorais*, 5(2), 8–24.
- Almeida, J. E. G. da S., Félix Júnior, L. A., Lagioia, U. C. T., Araújo, J., & Araújo, J. G. N. (2016). Financiamento de Partidos Políticos nas Eleições de 2008 e 2012: análise das empresas doadoras. *Cadernos Gestão Pública e Cidadania*, 21(68), 3–20.
- Braga, M. do S. S., & Bourdoukan, A. (2009). Partidos políticos no Brasil: organização partidária, competição eleitoral e financiamento público. *Perspectivas: Revista de Ciências Sociais Da UNESP*, 35, 117–148.
- Brasil. Lei nº 4.740, de 15 de Julho de 1965. Lei Orgânica dos Partidos Políticos. (1965).
- Brasil. Lei Nº 9.096, de 19 de Setembro 1995. Dispõe sobre partidos políticos, regulamenta os arts. 17 e 14, § 3º, inciso V, da Constituição Federal. (1995).
- Brasil. Lei Nº 13.488, de 06 de Outubro de 2017. Promove uma reforma no ordenamento

- político-eleitoral. (2017).
- Brasil. Lei nº 13.487, de 6 de outubro de 2017. Altera as leis nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, e 9.096, de 19 de setembro de 1995, para instituir o Fundo Especial de Financiamento de Campanha (FEFC) e extinguir a propaganda partidária no rádio e na televisão (2017).
- Cazzolato, N. K., & Candido, J. G. (2013). O caminho das verbas público- partidárias e o custo do voto. *Rev. Elet. Gestão e Serviços*, 14(2), 678–699. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(61\)91728-7](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(61)91728-7)
- Cervi, E. U. (2010). 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*, (4), 135–167.
- Estrada, R. J. S., Brito, L. C., Verardi, M., & Almeida, A. L. N. (2013). Participação política: fundamentos, planejamento, execucao e coordenacao de campanha eleitoral. *Revista de Ciências Da Administração*, 18(41), 23–35. <https://doi.org/10.5007/2175-8077.2013v15n35p23>
- Fávero, L. P., Belfiore, P., Silva, F. L., & Chan, B. L. (2009). *Análise de Dados - modelagem multivariada para tomada de decisões*. Rio de Janeiro, RJ: Campus/Elsevier.
- Gerhardt, T. E., & Silveira, D. T. (2009). *Métodos de Pesquisa. Métodos de pesquisa* (1st ed.). Porto Alegre: Editora da UFRGS. <https://doi.org/10.1590/S1677-54492006000400001>
- IPEA. (2012). Oficina 1 - Arranjos Institucionais de Gestão Metropolitana. Acessado em: 14 de agosto de 2018. Disponível em: http://www.ipea.gov.br/redeipea/images/pdfs/governanca_metropolitana/projeto_governanca_oficinal_rj.pdf
- Krause, S., Rebello, M. M., & Silva, J. G. da. (2015). O perfil do financiamento dos partidos brasileiros (2006-2012): o que as tipologias dizem? *Revista Brasileira de Ciência Política*, (16), 247–272. <https://doi.org/10.1590/0103-335220151610>
- Kuntz, R. A. (2006). *Marketing político: manual de campanha eleitoral* (11ª ed.). São Paulo: Global.
- Manhanelli, C. A. (1988). *Estratégias eleitorais: marketing político*. São Paulo: Summus.
- Rabat, M. N. (2011). O financiamento de campanhas eleitorais no brasil e a proposta de financiamento público exclusivo. *Biblioteca Digital Da Câmara Dos Deputados*, 6, 22.
- Ribeiro, P. F. (2009). Financiamento partidário no Brasil: propondo uma nova agenda de pesquisas. *Sociedade e Cultura*, 12(1), 33–44. <https://doi.org/10.5216/sec.v12i1.5563>
- Rubio, D. F. (2005). Financiamento de partidos e campanhas: fundos públicos versus fundos privados. *Novos Estudos - CEBRAP*, (73), 6–16. <https://doi.org/10.1590/S0101-33002005000300001>
- Sallaberry, J. D., Vendruscolo, M. I., & Rodrigues, L. F. (2014). Receitas eleitorais: da teoria contábil à prática. *ConTexto*, 14(26), 56–65.
- Samuels, D. (2007). Financiamento de campanhas no Brasil e propostas de reforma. *Suffragium - Revista Do Tribunal Regional Eleitoral Do Ceará*, 3(4), 11–28.

- Schlickmann, D. G. (2019). O Fundo Especial de Financiamento de Campanha como Instrumento de Financiamento Público de Campanhas Eleitorais no Brasil: Natureza e Aspectos Críticos. *Revista Democrática*, 5, 221–250.
- Speck, B. W. (2006). O financiamento de campanhas eleitorais. In L. Avritzer & F. Anastasia (Eds.), *Reforma Política no Brasil* (Vol. 1, pp. 153–158). UFMG. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- TSE. Resolução Nº 23.463, de 15 de dezembro de 2015 (2015). Brasília, DF. <https://doi.org/10.1109/TDEI.2009.5211872>
- Veloso, D. (2002). *A política na prática: como organizar e conduzir uma campanha política* (2ª ed.). Goiânia: AB.