



UEPB
Universidade
Estadual da Paraíba

CAMPUS I – CAMPINA GRANDE
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS
CURSO DE DIREITO

HERIECKSON HALLYSON SOUZA DE MEDEIROS

**FINANCIAMENTO DE CAMPANHAS ELEITORAIS NO BRASIL COM ÊNFASE
FINANCIAMENTO DE PESSOA FÍSICA**

CAMPINA GRANDE

2017

HERIECKSON HALLYSON SOUZA DE MEDEIROS

**FINANCIAMENTO DE CAMPANHAS ELEITORAIS NO BRASIL COM ÊNFASE NO
FINANCIAMENTO DE PESSOA FÍSICA**

Trabalho de Conclusão de Curso na modalidade Artigo Científico, apresentado à coordenação do curso de Direito, da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Direito.

Orientador: Prof. MS. Harrison Alexandre Targino

CAMPINA GRANDE

2017

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

M488f Medeiros, Herieckson Hallyson Souza de.
Financiamento de campanhas eleitorais no Brasil com ênfase no financiamento de pessoa física [manuscrito] : / Herieckson Hallyson Souza de Medeiros. - 2017.
31 p.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Direito) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Jurídicas, 2017.

"Orientação : Prof. Me. Harrison Alexandre Targino, Coordenação do Curso de Direito - CCJ."

1. Reforma Eleitoral. 2. Crowdfunding. 3. Direito Comparado.

21. ed. CDD 342.07

HERIECKSON HALLYSON SOUZA DE MEDEIROS

FINANCIAMENTO DE CAMPANHAS ELEITORAIS NO BRASIL COM ÊNFASE
NO FINANCIAMENTO DE PESSOA FÍSICA

Trabalho apresentado à Coordenação do Curso de
Direito da Universidade Estadual da Paraíba, em
cumprimento aos requisitos parciais para obtenção
do título de Bacharelado em Direito.

Área de concentração: Direito Eleitoral

Orientador: Prof. Ms. Harrison Alexandre Targino

Aprovada em: 12 / 12 / 2017

BANCA EXAMINADORA



Prof. Ms. Harrison Alexandre Targino
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Prof. Ms. Cristina Paiva Serafim Gadelha Campos
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Prof. Ms. Amilton de França
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

AGRADECIMENTO

À Deus que, a todo momento, indicou que esse Curso foi uma benção em minha vida e que, por isso, eu deveria sempre perseverar. A Ele toda a gratidão pelas oportunidades que a vida me proporcionou.

Aos meus familiares: primeiramente à “Dona Selma”, minha Mãe, que sempre acreditou em mim e nunca permitiu que eu desistisse. Uma mulher honrada que sempre defendeu a educação como a única coisa que não nos pode ser tomada. O meu muito obrigado. “Seu Hamilton”, meu pai, que, com o seu jeito sério, sempre me passou vários ensinamentos importantes, como a honestidade, fé em Deus, ética acima de tudo e humildade. E aos meus irmãos, pela união que cultivamos.

À minha namorada, que me impulsiona a vencer todos os meus obstáculos. Com sua linda história de vida e superação, sempre me deixa admirado e ainda mais feliz por tê-la comigo. O meu muito obrigado por sua paciência e carinho.

Aos meus avós paternos *in memoriam*, que, mesmo ausentes fisicamente, se mantêm presentes nas lembranças e acima de tudo na saudade que me acompanha. E à minha avó materna, que me ensina muito sobre a vida.

Aos educadores que foram meus tutores desde meus primeiros passos como aluno até o encerramento da vida acadêmica.

Àqueles que iniciaram comigo o Curso de Direito no Centro de Humanidades em Guarabira e que, tenho certeza, os encontrarei em breve pelo ordenamento jurídico como grandes profissionais.

Ao meu orientador do Trabalho de Conclusão de Curso, que me aceitou como orientando prontamente e sempre se mostrou aberto ao diálogo, de forma atenciosa, amistosa e prestativa.

A todos os amigos, colegas e professores que conheci e criei laços de amizade no Centro de Ciências Jurídicas em Campina Grande.

A todos os funcionários da UEPB – Campus I e UEPB – Campus III, que contribuíram de alguma forma como minha chegada até aqui.

A todos que contribuíram direta ou indiretamente na minha formação, o meu muito obrigado.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	05
2 FATOR ECONÔMICO COMO INFLUÊNCIA NA REPRESENTATIVIDADE NA HISTÓRIA POLÍTICA NO BRASIL	07
3 FINANCIAMENTO DE CAMPANHA ELEITORAL E DE PARTIDOS: MODELOS, VANTAGENS E DESVANTAGENS	10
3.1 FINANCIAMENTO PÚBLICO	10
3.2 FINANCIAMENTO PRIVADO	12
3.3 FINANCIAMENTO MISTO.....	13
4 MODELOS DE FINANCIAMENTOS DE CAMPANHAS E PARTIDOS NA EUROPA	13
5 FINANCIAMENTO DE CAMPANHAS ELEITORAIS NO BRASIL	17
5.1. HISTÓRICO DE MUDANÇAS NA LEGISLAÇÃO ELEITORAL BRASILEIRA ACERCA DO FINANCIAMENTO DE CAMPANHA.....	18
5.2 ABUSOS E CAPTAÇÃO DE SUFRÁGIO NO BRASIL: ABUSO DE PODER POLÍTICO E ABUSO DE PODER ECONÔMICO.....	21
6 AÇÃO DIRETA DE INCONSTITUCIONALIDADE Nº 4.650 VERSUS REFORMA ELEITORAL DE 2015	22
7 FINANCIAMENTO DE CAMPANHAS ELEITORAIS E PARTIDOS NO BRASIL ATUALMENTE: MODELO MISTO À LUZ DA ADI. 4.650 E DAS REFORMAS ELEITORAIS DE 2015 E 2017	24
7.1 FINANCIAMENTO PRIVADO DE CAMPANHAS	24
7.2 FUNDO PARTIDÁRIO	25
7.3 REFORMA ELEITORAL DE 2017: MUDANÇAS NA DOAÇÃO DE CAMPANHAS, AUTOFINANCIAMENTO E CRIAÇÃO DO FUNDO ELEITORAL	26
8 CROWDFUNDING E O INCENTIVO PARA O FINANCIAMENTO POR PESSOA FÍSICA	27
9 CONSIDERAÇÕES FINAIS	28
REFERÊNCIAS	31

FINANCIAMENTO DE CAMPANHAS ELEITORAIS NO BRASIL COM ÊNFASE NO FINANCIAMENTO DE PESSOA FÍSICA

RESUMO:

Com a necessidade da presença constante do fator econômico nas eleições, surgem os mais variados aspectos a serem abordados. O que será visto nesse artigo é uma reflexão histórica sobre as mudanças da legislação brasileira eleitoral brasileira, explorando as mudanças que procuraram e procuram atender os anseios sociais promovidos pela corrupção e não obtiveram total sucesso. Serão tratadas as modalidades de financiamento de campanhas na Europa e Brasil, inclusive sobre as últimas mudanças com a ADI 4.650, com a Reforma Eleitoral de 2015 e a Reforma Eleitoral de 2017. De modo mais direto será abordado o financiamento de campanhas eleitorais no Brasil, suas vantagens, desvantagens e mudanças. A partir do levantamento conclui-se a importância do incentivo à doação por pessoa física pode significar para a política brasileira, pois através da disseminação na internet, por meio de plataformas de doação coletiva, *crowdfunding* ou as “vaquinhas”, é possível atrair os eleitores para a reaproximação com ideais políticos e importantes para o exercício da democracia brasileira.

PALAVRAS CHAVE: Financiamento de Campanha, Reforma Eleitoral, Crowdfunding, Doação Física.

1 INTRODUÇÃO

A necessidade de mudanças na legislação eleitoral no Brasil sobre os recursos utilizados em campanhas eleitorais é uma questão de discussão relevante e antiga. O fato é que as mudanças aplicadas ao cenário político brasileiro não garantem a transparência sobre os recursos empregados pelos partidos e candidatos. Nesse cenário, há a prática da corrupção, o que afasta eleitores e simpatizantes.

Por outro lado, da mesma forma que a legislação se atualiza para mudar as formas de financiamento, promover maneiras de atrair a população a participar ainda mais da política é muito importante. Com a vedação de financiamento por pessoas jurídicas após 2015, os recursos públicos utilizados tendem a aumentar, pois o custo de uma eleição não é barato. Conseqüentemente, sem a contribuição de pessoa jurídica e com os baixos índices de doações por pessoa física, a classe política recorre às finanças públicas, com aumento do Fundo Partidário e a criação do recém-criado Fundo Eleitoral, o Estado pode sofrer um abalo financeiro em suas contas em tempos de crise e atingir a prestação de serviços cruciais à população.

A questão a ser analisada é: de que modo o financiamento de campanha por pessoa física é totalmente eficaz e seguro? A Justiça Eleitoral deve propor que o doador, ao

decidir financiar uma campanha, realize um cadastro com dados pessoais e profissionais em um banco de dados específico no referido órgão, somados a anexos que comprovem a veracidade do que foi afirmado para um possível cruzamento de dados. Com este banco de dados, seria possível avaliar melhor de onde partem as doações para as campanhas eleitorais, qual o elo que liga o doador à determinada empresa e qual a possibilidade de a empresa estar tentando burlar o sistema proposto pela nova legislação.

É de suma importância compreender como as mudanças na legislação eleitoral podem ser positivas ou negativas, encontrando alternativas para atrair a população a realizar mais doações através de plataformas na internet, o que pode, com o auxílio do Tribunal Superior Eleitoral, ser uma boa ferramenta de controle e transparência de recursos recebidos e utilizados em campanhas eleitorais.

Um exemplo dessa interação entre plataformas online e política se deu pelos recursos arrecadados em sites de *crowdfunding* (vaquinha) para promover caravanas de ex- presidentes que viajaram pelo país em 2016 e 2017. A arrecadação se mostrou um sucesso, tendo ocorrido tudo bastante rápido. Em paralelo, o lançamento do projeto Voto legal, foi uma plataforma online criada pelo Movimento de Combate à Corrupção Eleitoral (MCCE) que procurou legalizar, de acordo com as regras do TSE, as doações da internet. O aplicativo foi utilizado em 2016, porém, as doações foram poucas e candidatos tiveram alguns receios de participar, o que pode ser aprimorado, já que a plataforma conta com a parceria do TSE.

O presente artigo científico tem como objetivo geral esboçar a mudança da legislação eleitoral em torno do financiamento de campanha, após a Reforma Eleitoral de 2015, observando seus resultados nas eleições municipais de 2016. Os objetivos específicos resumem-se em analisar a importância do financiamento de campanha, por pessoa física, após a Reforma Eleitoral de 2015, investigando se o financiamento de campanha, por pessoa física, é um instrumento eficaz e seguro de inibir os possíveis desvios de caixa dois, para beneficiar políticos, como anseia a sociedade, além de relatar como sucederam as mudanças da legislação eleitoral nas eleições municipais de 2016.

A metodologia utilizada foi o levantamento bibliográfico, a partir de uma amostra de caráter histórico da influência econômica nas eleições, avanço da legislação eleitoral sobre o financiamento de campanha e criação de ferramentas que podem atrair a população para exercer a democracia de forma transparente, realizando doações que significam um estímulo ao financiamento físico de campanhas eleitorais.

2 FATOR ECONÔMICO COMO INFLUÊNCIA NA REPRESENTATIVIDADE NA HISTÓRIA POLÍTICA NO BRASIL

O fator econômico sempre influenciou o meio político. Em muitos países, o direito a voto ou o exercício de cargos eletivos já foi definido pela quantidade de posses da pessoa, e o Brasil serve como exemplo.

No Brasil, a primeira eleição organizada no período colonial ocorreu na Vila de São Vicente, que era a sede da Capitania de mesmo nome. Com a intenção de escolher o Conselho Administrativo da vila, o donatário convocou as eleições. Segundo Olivieri (2007, p.01), na época, o voto era privativo aos “homens bons”, assim considerados os homens de posses; ou seja, já havia influência do quesito econômico. Essa nomenclatura se deve ao fato de só poder exercer o direito a voto àqueles qualificados pela linhagem familiar, pela renda, pela propriedade, assim como a participação na burocracia civil e militar da época.

Neste período, mesmo com as mudanças em questões eleitorais, o fator econômico continuou influenciando o meio político. Segundo Filho (2013, p. 02), a organização política seguia a tradição do Reino de Portugal. Apesar de obedecer a Monarquia portuguesa, as eleições de Vilas e Cidades tinham caráter republicano, de acordo com o Código Eleitoral da Ordenação do Reino. Os cargos de Vereadores, de Procurador do Conselho, de Juiz, etc., eram classificados como “*oficiais*” e eram escolhidos por meio de sufrágio universal, ou seja, qualquer pessoa poderia votar. No entanto, mesmo o voto tendo caráter universal, somente poderia ser votado indivíduos pertencentes à Nobreza da Vila ou Cidade, sendo estes definidos como Homens Bons ou Republicanos.

Devido a um processo eleitoral barato nesse período, os investimentos eram mínimos e o poder político das Vilas e Cidades se concentrava nas mãos de poucos. O poder era diretamente influenciado pela questão econômica, o que não mudou com o Brasil Império a partir de 1924.

Com a independência do Brasil frente a Portugal, foi promulgada a Constituição de 1824. De acordo com Filho (2013, p. 04), a primeira Carta Magna brasileira tratou do Código Eleitoral em seus dispositivos 90 a 97. Obstante o direito a voto àqueles com renda anual insuficiente, o voto censitário condizia com o fato de o eleitor precisar ter renda anual líquida de 100 (cem) mil reis para obter o direito a voto para as eleições primárias.

Com a ascensão da Primeira República, ou República Velha entre 1889 e 1930, o Brasil foi baseado no governo das cordialidades, das trocas de favores, dos poucos que influenciavam diretamente no processo. Conforme Fausto (1995, p. 261), estes foram os motivos pelos quais foi apelidada de República Oligárquica, República dos “Coronéis”, República do “Café-com-Leite”.

As nomenclaturas citadas dizem respeito ao fator econômico da época. Apesar da modificação do sufrágio e este abranger maior percentagem da população, até então excluída do processo eleitoral, a política no Brasil continuava sob a influência de poucos grupos economicamente e politicamente fortes nos estados da República.

O termo República Oligárquica dizia respeito ao fato de o país ser administrado, à época, por um grupo pequeno de pessoas pertencentes à chamada oligarquia. Mesmo com cunho liberal, a República era representada por um grupo que ditava os interesses a serem atendidos e indicavam candidatos à Presidência da República. O sistema era desordenado e os chefes políticos mandavam em suas terras ou região, determinando em quem os eleitores deveriam votar. A barganha, fraude e violência predominavam neste período e o voto não era secreto, o que beneficiava os “caciques” políticos da época a influenciar diretamente na decisão do eleitor; caso não obtivessem o resultado desejado, haveria consequências para este último.

O acordo do Café-com-Leite promovia duas potências econômicas e populacionais desse período: São Paulo (importante produtor de café) e Minas Gerais (importante produtor de leite). O acordo que existia entre estas duas potências consistia na alternância de poder entre representantes paulistas e mineiros. Era notório que o fator econômico e, claro, populacional, de São Paulo e Minas Gerais predominaram na representatividade política da República Velha, influenciado diretamente na escolha do Presidente da República.

Sobre a expressão República dos “Coronéis”, Fausto (1995, p. 263) explica que tal expressão pode gerar alguns equívocos, pois a República nunca pertenceu aos coronéis. Na verdade, esse termo surgiu em referência aos coronéis da antiga Guarda Nacional que detinham terras e possuíam nestas uma base de poder para a respectiva região.

Fausto (1995, p. 263) ensina: “Do ponto de vista eleitoral, o “coronel” controlava os votantes em sua área de influência. Trocava votos em candidatos por eles indicados por favores tão variados como um par de sapatos, uma vaga no hospital ou um emprego de professora”.

Portanto, é notório que os coronéis mantinham uma relação de clientelismo para servir como base para as oligarquias, dando sustentação a este tipo de governo. No entanto, os coronéis eram dependentes das ações dos políticos que apoiavam para atender aos anseios da população e manter seu prestígio e poder frente à população. Uma vez prometido por um coronel uma ponte ou estrada, caso a população de sua região votasse em determinado político, esta promessa deveria ser cumprida.

Fica demonstrado como as relações de fator econômico na Primeira República foram fortes e determinantes para manter uma República de poucos. Apesar de o período ter passado, as relações perduraram após a Revolução de 1930. Ao não indicar um sucessor mineiro, o então

Presidente Washington Luís abriu espaço para a quebra da política do “Café-com-Leite”, precedendo, somado a outros fatores, a Revolução de 1930, que levou Getúlio Vargas ao poder.

Pretendendo moralizar o sistema eleitoral brasileiro e enfraquecer o poder oligárquico, foi criado, em 1932, o primeiro Código Eleitoral Brasileiro, que trouxe como mudanças significativas a criação da Justiça Eleitoral para regular os pleitos em todo o país com diferentes funções, a garantia do voto secreto e o sistema proporcional de votação. Diante de vários outros problemas com lideranças oligárquicas do estado, Getúlio atingiu, pelo menos em tese, o coronelismo e clientelismo ao determinar que o voto passasse a ser secreto. Como seria possível barganhar, ameaçar ou punir aqueles que não atendessem as vontades das oligarquias?

Mesmo sendo extinto em 1937, com a instauração do Estado Novo por Vargas, o Código eleitoral de 1932 significou um marco que quebrou as diretrizes da velha política da Primeira República e abalou o fator econômico da época.

No entanto, a influência econômica nas eleições no Brasil continuou se adaptando de acordo com os remotos avanços na legislação sobre doação para campanhas eleitorais, e ainda continua influenciando diretamente o destino do país ao se observar a situação política em que o país se encontra. A tendência é que isso seja prolongado caso medidas não sejam tomadas em relação aos recursos atualmente utilizados nos pleitos. Cabe então uma discussão mais acirrada sobre os modelos de financiamento de campanha em alguns países do mundo e no Brasil. Saber a fonte do dinheiro utilizado em uma campanha eleitoral é crucial para que as perspectivas da coletividade sejam atendidas.

3 FINANCIAMENTO DE CAMPANHA ELEITORAL E DE PARTIDOS: MODELOS, VANTAGENS E DESVANTAGENS

Em vários países do mundo, o financiamento de campanhas eleitorais gera bastante discussão e algumas contradições. Os custos de um partido e de uma campanha política levantam questionamentos quando estes geram despesas para o poder público, quando as fontes são duvidosas ou quando permite lacunas para o caixa-dois, entre outros fatores. No entanto, uma campanha, com certeza, gera custos, mas o que não é admissível é que isso ocasione prejuízos ao Poder Público e a coletividade.

Há três importantes modalidades de financiamento: o Financiamento Privado, o Financiamento Público e o Financiamento Misto. Existem países que adotam somente sistema público ou privado para patrocinar suas campanhas e partidos políticos, assim como existem

países que adotam um sistema misto, o qual permite contribuição privada e pública ao meio eleitoral, o que é o caso do Brasil, que utiliza atualmente o sistema Misto.

3.1 FINANCIAMENTO PÚBLICO

Com o passar do tempo, os partidos passaram a se interligar mais com a figura do Estado e receber recursos para garantir seu funcionamento. Esses recursos chegam até o partido por meio de doações diretas aos candidatos ou de incentivos indiretos. As doações diretas consistem nos recursos provenientes do Estado e enviados diretamente para partidos e candidatos, como, por exemplo, o Fundo Partidário no Brasil. Os recursos indiretos dizem respeito aos incentivos fiscais para manutenção dos partidos, ao horário gratuito em rádio e TV, entre outros.

Há as convergências e divergências sobre a contribuição pública. Rollo conclui que:

Por sua vez, as discussões no Brasil sobre os aspectos desfavoráveis do financiamento público passam, via de regra, pelo questionamento se esse modelo garante o fim da arrecadação de fonte ilegal ou doação em paralelo à contabilidade do partido e da campanha eleitoral. (2017, p. 18).

Portanto, investir neste modelo requer muito planejamento e não significa que as fontes de doação estejam sempre dentro do controle da Justiça Eleitoral.

Outro fator preocupante são os custos de uma eleição, revela Ferreira e Junior (2016, p. 90): “A cada eleição, as campanhas se mostram mais caras. Os gastos se superam”. De fato, campanhas eleitorais no Brasil requerem um custo elevado. Apesar dos horários gratuitos em rádios e TV’s, as produções não são baratas e a logística de um estado a ser percorrido, ou até mesmo o país, não ajuda. Segundo o site Senado Notícias, uma campanha para Deputado ou Senador requer uma logística muito grande:

Se o eleitor imaginar que, para ser deputado federal ou estadual em São Paulo, o candidato terá que fazer campanha em 645 municípios e, se for em Minas Gerais, terá que percorrer 853 municípios, poderá entender por que as eleições brasileiras são consideradas pelos especialistas como as mais caras do mundo. (2014, p. 01).

Não há uma garantia de que o financiamento público de campanhas promova o fim da corrupção. Ainda mais, o gasto exorbitante com campanhas eleitorais só aumenta, o que destina uma grande fatia do dinheiro público para seu financiamento.

Por sua vez, existe uma discussão acerca do Financiamento Público de Campanhas ser escolhido como a única fonte de arrecadação. Aponta Tonial e Oliveira (2014, p. 110):

Atualmente, a comissão de reforma política, ao encaminhar o projeto de lei (APJ 2/2011 CEREPOL – Comissão Especial destinada a efetuar estudo e apresentar propostas em relação à Reforma Política) aprovou o financiamento exclusivamente público para nosso sistema eleitoral, o aprimoramento à fiscalização de gastos, bem como igualdade de concorrência entre os candidatos. (2014, p. 110).

De acordo com Coelho (2016, p. 189), os que defendem acreditam que isso é benéfico para o sistema eleitoral, afirmando que poderá haver um desprendimento do candidato frente a doações de particulares, limite de gastos para controle do dinheiro público, desestímulo à lavagem de dinheiro e ao caixa-dois, maior transparência e controle, e maior isonomia no processo.

Rollo (2017, p. 23) aponta que a adoção do financiamento público na modalidade exclusiva pode privilegiar as decisões dos partidos, tornar os partidos dependentes do Estado, promover o afastamento entre classe política e eleitores, entre outras consequências. Em suma, haveria uma estatização dos partidos e afastamento das reivindicações populares.

Com a o financiamento de campanhas exclusivamente público, poderia haver maior controle do governo na criação de maneiras de beneficiar quem os apoiasse e prejudicar a oposição, o que apontam Ferreira e Junior (2016, p. 90): “Ou seja, esse sistema pode dar margem a manobras de exclusão. O governo, com o objetivo de dificultar a atuação política dos grupos de oposição, pode criar obstáculos para a sua atuação política”.

Portanto, de acordo com os problemas atuais no Brasil, com a proporção de envolvimento da classe política em esquemas de corrupção, não é sábio promover uma estatização do sistema de financiamento eleitoral. O custo para o Estado seria muito grande, não garantiria que haveria as vantagens acima citadas e promoveria um afastamento ainda maior da população da política.

3.2 FINANCIAMENTO PRIVADO

Ainda hoje, as doações privadas fazem parte do contexto da política. As contribuições de filiados, doações de pessoas físicas e o autofinanciamento ainda fazem parte da realidade brasileira.

Tonial e Oliveira (2014, p. 122) apontam que a arrecadação de recursos surgiu na Inglaterra por volta do século XVIII, no contexto da Revolução Industrial. Com a melhoria das condições de vida da população e criação dos sindicatos, partidos começaram a se organizar para representar os excluídos socialmente. Os partidos sobreviviam de doações de filiados e simpatizantes.

No Brasil, as críticas sobre a participação de empresas nos pleitos eleitorais aumentaram bastante após a deflagração da Operação Lava-jato. Com a ADI 4.650 e a Reforma Eleitoral de 2015, que vedaram essa participação, espera-se a contenção da corrupção no meio político, ou ao menos a redução. No entanto, o autofinanciamento prevalece e os limites para doação aumentaram com o advento da Lei nº 13.487 (Reforma Eleitoral 2017), que será estudado posteriormente.

Sobre o uso de dinheiro em campanhas eleitoras, é indispensável para o exercício da democracia, conforme asseverou o Ministro Teori Zavaski, em seu voto-vista na ADI 4.650:

Portanto, a primeira realidade que se deve ter presente é que o financiamento de partidos e campanhas eleitorais é contingência ineliminável em nosso sistema democrático e que, para evitar que ele produza, ou continue produzindo, efeitos negativos indesejáveis e perversos, não há fórmulas simples, nem soluções prontas. Trata-se, ao contrário, de questão tormentosa, no plano social e político em primeiro lugar e no plano jurídico como consequência.

Por sua vez, contar com a participação de doações de pessoas físicas e com os altos custos de uma campanha eleitoral no Brasil torna o exercício da democracia cada vez mais complexo. A população está desestimulada a exercer seu dever cívico e contar com doações privadas sem a participação de empresas é algo bem mais complexo.

3.3 FINANCIAMENTO MISTO

O modelo misto, somatório do modelo dois modelos descritos anteriormente, é adotado por vários países europeus e pelo Brasil, e permite contribuição pública e privada a partidos e a campanhas eleitorais. Na América Latina, vários países utilizam o modelo misto.

O modelo misto permite que a sociedade se aproxime mais dos partidos e do pleito. Proporciona, segundo Tonial e Oliveira (2014, p. 130), uma autonomia dos partidos perante a figura do Estado.

De acordo com Rollo (2017, p. 88), as críticas em torno do sistema misto versam sobre os limites amplos propostos pelo legislador.

Conclui-se, então, que o financiamento misto tem a vantagem de manter a aproximação da militância, filiados, simpatizantes e da própria sociedade aos partidos. Além disso, mantém a autonomia dos partidos em relação ao Estado, sem perder o caráter público de representação do “povo” ou comunidade, em razão dos aportes estatais como parte da fonte financiadora.

4 MODELOS DE FINANCIAMENTOS DE CAMPANHAS E PARTIDOS NA EUROPA

Na Europa, fazendo uma breve abordagem sobre Alemanha, França, Portugal e Espanha; é possível observar que os recursos públicos no financiamento das campanhas e partidos políticos predominam. No entanto, doações privadas de pessoas físicas e pessoas jurídicas ainda fazem parte de alguns deles.

No caso da Alemanha, vale destacar que o país, apesar de ser um dos primeiros a adotar o financiamento público para os partidos políticos, adotou como sistema de financiamento de campanhas eleitorais o sistema Misto, permitindo que pessoas físicas e jurídicas contribuam. Segundo Backes (2013, p. 6), em 1967 o sistema de financiamento alemão toma forma de Lei Federal. Inicialmente o financiamento era direcionado para quitação dos custos de campanha até 1994. Os recursos então passaram a ser repassados anualmente sem uma previsão de quantia destinada para custear as campanhas eleitorais.

O sistema eleitoral alemão prevê que os candidatos à Câmara sejam escolhidos de forma indireta através de uma lista, onde estes receberão os recursos a partir do resultado dessa eleição, alcançando votos nacionalmente ou somente no seu distrito.

Segundo Backes, a distribuição dos recursos aos partidos, a nível federal, é feita da seguinte forma:

- a) 0,70 euros para cada voto que o partido tenha recebido em sua lista para as eleições nacionais ou europeias;
 - b) 0,70 euros para cada voto que o partido receba em distrito de um estado em que o partido não tenha apresentado lista;
 - c) 0,38 euros para cada euro que o partido tenha recebido por doação de filiados, de portadores de mandato ou doações regulares, até o limite de 3.300 euros por pessoa física.
- Recebem as doações referidas nos itens a) e c) aqueles partidos que tenham recebido para suas listas 0,5% dos votos nacionais ou 1% dos votos no estado; as doações do item b) são distribuídas aos partidos que façam 10% ou mais dos votos do distrito. (2013, p. 07).

Além de haver o controle como demonstrado acima, é perceptível no item “c)” que a ajuda do Estado para com os partidos não pode ultrapassar a ajuda que os partidos recebem de outras fontes de recursos, previstas em Lei. Ainda sobre a limitação, a soma de todos os recursos que os partidos recebem do Estado não pode ultrapassar o teto previsto em lei de gastos públicos com partidos políticos.

Vale lembrar que o Estado ainda contribui indiretamente ao não realizar deduções fiscais das contribuições dos filiados ao partido, ou seja, não são descontados impostos sobre essas doações.

É possível observar que, no caso da Alemanha, há uma proporcionalidade nas doações de recursos públicos, o que possibilita que haja concorrência política com isonomia. No entanto, a Alemanha é um país que adota sistema misto e de certa forma é necessário mais a frente apontar as particularidades das outras fontes de arrecadação eleitoral presentes no sistema eleitoral alemão.

Sobre os recursos privados utilizados na Alemanha, Backes (2013, p. 11) demonstra que não encontrou uma definição sobre os limites de gastos para doações. As doações de pessoas físicas e jurídicas são permitidas na Alemanha.

Na França, o sistema eleitoral prevê o financiamento de campanhas políticas e a distribuição feita com base no resultado de votos obtidos, através do reembolso ao candidato, ou seja, o candidato recebe parte daquilo que investiu na campanha. Candidatos a Deputado e a Presidente obtendo 5% dos votos da circunscrição tem direito a reembolso de 47,5% dos gastos de campanha. Isso ocorrerá caso o candidato tenha as contas eleitorais aprovadas e esse reembolso não pode ultrapassar o valor gasto pelo candidato. Todos os candidatos a Presidente recebem um reembolso de 4,75% do que gastou durante suas campanhas independentes da quantidade de votos. O reembolso é feito de acordo com os limites de gastos de campanha previstos pelo Código Eleitoral francês.

Condizente com o Fundo Partidário, existe na França a Lei nº 88.227/88, que garante aos partidos uma contribuição importante de recursos públicos, sendo a principal fonte dos partidos desde 1988. É constituído de créditos inscritos no “projeto de lei de finanças anuais” e é distribuído da seguinte forma, como aponta Backes:

- i) a primeira metade é distribuída para os partidos que tenham conquistado pelo menos um por cento dos votos em pelo menos 50 das circunscrições na última eleição para a Assembleia Nacional, ou, no caso das circunscrições de além mar e de Saint-Pierre-et-Miquelon, Saint-Barthélemy, Saint-Martin, Mayott e, Nouvelle-Calédonie, Polynésie française e das ilhas Wallis e Futuna, para os partidos cujos candidatos tenham ali obtido pelo menos 1 % dos votos. A distribuição é feita proporcionalmente ao número de votos obtidos no primeiro turno pelos candidatos não declarados inelegíveis;
- ii) a segunda metade do fundo público é distribuída aos beneficiários da primeira fração, na proporção do número de deputados e senadores filiados ao partido. (2013, p. 09).

Mesmo com algumas diferenças do sistema eleitoral alemão, é possível notar que o sistema eleitoral francês é semelhante no objetivo da distribuição de recursos em proporcionalidade para as campanhas eleitorais (após) e para a manutenção dos partidos.

Na França é vedada a participação de algumas fontes privadas nas doações, sendo elas: sindicatos e pessoas jurídicas. As pessoas físicas podem realizar doações desde que não

ultrapassem 4.600 euros, ou seja, cada pessoa física só poderá doar até esse valor ao seu candidato.

Em Portugal, foi criado em 20 de junho de 2003 a Lei nº 19/2003 para regular o financiamento de campanha de recursos para os partidos, que em seu Art. 17 prevê que os recursos são distribuídos entre os partidos de acordo com os votos obtidos após a eleição.

A distribuição, segundo Backes:

As dotações tem valor equivalente a 20 000, 10 000 e 4 000 salários mínimos mensais nacionais, valendo o 1º. montante para as eleições para a Assembleia da República, o 2º. Para as eleições da para Presidência da República e para o Parlamento Europeu e o 3º. Para as eleições para as Assembleias Legislativas Regionais. (2013, p. 12).

O partido, para ter direito aos recursos públicos, deve concorrer ao Parlamento Europeu ou a, pelo menos, 51% dos lugares sujeitos a votos para a Assembleia da República ou para as Assembleias Regionais e devem alcançar alguma representatividade. No caso dos de candidatos a Presidente, esses, para receber recursos públicos, devem alcançar 5% dos votos válidos nas eleições.

A Lei nº 19/2003 também regula o a ajuda financeira a partidos de maneira anual. Equivale a um auxílio em dinheiro equivalente a fração de 1/135 de um salário mínimo mensal nacional por cada voto obtido na última eleição para Assembleia da República. Essa ajuda é distribuída entre partidos que tem representatividade na respectiva Assembleia e aos que não tem representatividade deverão ter obtidos pelo menos 50.000 votos para poder receber a ajuda financeira do Estado.

É possível observar que os recursos públicos em Portugal, mesmo sendo distribuídos em sua maioria após o resultado da votação, procuram ser distribuídos da forma mais igualitária possível, para garantir que os partidos tenham chances reais de alcançar a representatividade. Os votos obtidos nas eleições influenciam diretamente na captação dos recursos. A ajuda é realizada de acordo com os votos onde 20% dos recursos são distribuídos igualmente pelos partidos e candidatos que atendam as exigências supracitadas. O restante (80%) é distribuído proporcionalmente de acordo com os resultados eleitorais obtidos. A procura do igualitarismo político se assemelha a Alemanha e a França quando levantado a questão de captação e uso dos recursos públicos.

Vale salientar que esse orçamento diminuiu bastante nos últimos anos, de acordo com a crise financeira enfrentada pela Europa. Uma das preocupações com a utilização de recursos públicos para partidos e campanhas eleitorais é o gasto de dinheiro público, o que isso pode gerar e como pode abalar a coletividade, o que ainda merece maior atenção neste artigo científico.

Sobre a participação de empresas nas doações, a legislação eleitoral portuguesa veta, não sendo possível que pessoas jurídicas realizem investimentos em campanhas e partidos.

Na Espanha, o país possui a Lei nº 8/2007 para regular financiamento público de partidos e a Lei orgânica nº 5/1985 para regulamentar o financiamento público de campanhas eleitorais.

Segundo Backes, (2013, p. 15) a eleição para a Câmara dos Deputados ocorre através de lista fechada com 350 vagas e o gasto público entre os partidos nessa eleição é de aproximadamente 26 milhões e 800 mil euros e sobre a distribuição dos recursos públicos para o financiamento de campanha explica:

O Estado subvenciona os gastos eleitorais, por reembolso, para as eleições ao Congresso, Senado, Câmaras Municipais e parlamento europeu. Para o *Congreso de Diputados* as subvenções se dão da seguinte forma:

a. 21.167,64 por cada cadeira obtida no Congresso dos Deputados.

b. 0,81 euros por cada um dos votos conseguidos por cada lista que tenha conseguido pelo menos uma cadeira. (2013, p. 15)

O financiamento na Espanha acontece de forma mista. Pessoas físicas ou jurídicas também podem doar. O auxílio de recursos públicos aos partidos acontece de acordo com o número de votos obtidos por cada partido nas últimas eleições ou de cadeiras ocupadas. O orçamento é dividido em três partes iguais entre os partidos, que consiste em uma parte dividida em proporcionalidade ao número de cadeiras obtidos nas últimas eleições e as outras duas partes correspondem ao número de votos alcançados na última eleição.

Segundo o levantamento feito por Backes (2013, p. 12) os incentivos financeiros públicos correspondem a 80% entre o financiamento entre os partidos. Portanto, a Espanha tenta promover um patrocínio público sobre as eleições e partidos e maior controle e transparência, o que será observado também adiante sobre as contribuições privadas às eleições e partidos.

A contribuição privada na Espanha corresponde aos 20% restantes das fontes. Pessoas jurídicas não podem realizar doações para campanhas desde que tenha contrato com a Administração Pública. Na Espanha, a doação advinda de fonte privada (física ou jurídica) não pode ultrapassar 10.000 euros.

5 FINANCIAMENTO DE CAMPANHAS ELEITORAIS NO BRASIL

O financiamento de campanhas no Brasil é regido pelo modelo Misto, que permite doações de pessoas físicas e utilização de recursos públicos por meio do Fundo Partidário. Contudo, é necessário fazer uma breve abordagem de cunho histórico sobre o avanço da

legislação acerca do financiamento de campanhas no Brasil até a atualidade. É importante frisar também o abuso de poder econômico e o abuso de poder político que prejudicou a política e influenciou as últimas mudanças na legislação eleitoral.

5.1. HISTÓRICO DE MUDANÇAS NA LEGISLAÇÃO ELEITORAL BRASILEIRA ACERCA DO FINANCIAMENTO DE CAMPANHA

O quesito financiamento de campanha não é um quesito atual na política brasileira. A legislação eleitoral vem acompanhando as mudanças sociais e procurando a dinamização dos recursos financeiros sem que abra espaço para concessões obscuras para grupos economicamente poderosos.

Apesar de precária, a primeira introdução de limitação do financiamento de campanhas eleitorais aconteceu em 1946. O Brasil vivia um contexto diferente do atual e, com receio da propagação do comunismo, o legislador se preocupou em vetar dinheiro proveniente do exterior. O Decreto-Lei Nº 9.258/46 sinalizava a preocupação em torno do crescimento de partidos com ideologia comunista, aponta Tonial e Oliveira (2014, p.109).

Até 1950, os partidos brasileiros contavam com maior autonomia e liberdade no uso dos recursos financeiros. A partir desse ano, o Código Eleitoral vigente - Lei nº 1.164/1950 - proibiu que doações de autoridades e de concessionários de serviços públicos fizessem parte da seara eleitoral. Se imaginarmos a quantidade de barganha em torno dessas situações, enquanto não proibidas, podemos imaginar a dominação do fator econômico de autoridades e prestadores de serviços em concessão, sobre a política da época.

No governo de Castelo Branco, no início do regime ditatorial, um Novo Código Eleitoral entra em vigor através da Lei Nº 4.737/1965. Tonial e Oliveira apontam mais modificações sobre o financiamento de campanhas:

[...] proibia qualquer doação proveniente de empresas privadas com fins lucrativos para financiamento da campanha. Os recursos eram provenientes de quadro de filiados, detentores de cargos eletivos e doações de pessoas físicas. No entanto, a maior parte era proveniente do Fundo de Assistência Financeira aos Partidos Políticos, o Fundo Partidário, seus valores eram acumulados de multas, doações de pessoas físicas. (2014, p. 209).

É importante fazer alusão à criação do Fundo de Assistência Financeira aos Partidos Políticos, o Fundo Partidário. Inicialmente pode parecer promissor o financiamento público por meio desse fundo. No entanto, na época, da maneira como era feito, beneficiava somente "um

lado da moeda", ou melhor, o lado da situação política, que apoiava o governo e suas decisões. Tonial e Oliveira (2014, p.110) demonstram que o partido Aliança Renovadora Nacional – ARENA era beneficiado pelos critérios de distribuição do Fundo, pois os recursos eram distribuídos de acordo com o desempenho do partido nas eleições anteriores, o que prejudicava cada vez mais o Movimento Democrático Brasileiro – MDB. Esse último se via limitado ao Fundo por não poder obter recursos de sindicatos e empresas privadas.

Na vigência da Lei Nº 5.682/1971, os partidos definiam os limites de gastos nas campanhas eleitorais. Apesar das sanções promovidas pelo regime militar, o MDB continuou crescendo até que a primeira eleição democrática permitiu que Collor chegasse ao poder. No entanto, a lei vigente da época abriu margem para a utilização de caixa-dois e o Brasil se viu abalado com o primeiro escândalo de corrupção após a promulgação da Carta Magna de 1988. O esquema foi batizado de PC Farias, em alusão ao braço direito de Fernando Collor de Mello desde a época de sua disputa eleitoral, juntamente com Itamar Franco, para o Planalto.

A partir desse momento da história política brasileira, foi iniciado um debate sobre os recursos utilizados nas campanhas eleitorais e a necessidade de haver um aumento no controle da captação de recursos. Com o esquema de PC Farias surgiu a necessidade de legitimar o dinheiro advindo de empresas. Portanto, com a promulgação da Lei dos Partidos de nº 9.096/1995 foi definido muitos fatores importantes, como: legislação sobre os partidos, a origem dos recursos de campanha, distribuição do Fundo Partidário e sua constituição.

A Lei 9.504/97, Lei das Eleições, em seu Art. 24 prevê a vedação da participação de entidades de interesse público nas contribuições financeiras de campanhas. Na campanha eleitoral de 2002 o TSE, por meio da Resolução 20.987/02, caracterizou como fonte de recebimento as doações de outros candidatos, comitês financeiros ou partidos:

Art. 10. São fontes de arrecadação, respeitados os limites previstos nesta instrução:
[...]

IV – doações de outros candidatos/as, comitês financeiros ou partidos;

As doações de outros candidatos foram excluídas do rol de doações pelo Art. 12 da Resolução do TSE 22.250/06, sendo permitidas somente as seguintes fontes:

I – recursos próprios;
II – doações de pessoas físicas;
III - doações de pessoas jurídicas;
IV – doações de comitês financeiros ou partidos;
V – repasse de recursos provenientes do Fundo Partidário;
VI – receita decorrente da comercialização de bens ou da realização de eventos.

Em 2006, através da Lei Nº 11.300/06, houve uma mudança na Lei das Eleições nº 9.504/97. Essa mudança ficou conhecida como a 1ª minirreforma eleitoral e foi responsável por

modificar o Art. 24 da Lei N° 9504/97, em que ficaram proibidas as doações de entidades beneficentes e religiosas, entidades esportivas que recebam recursos públicos, organizações não governamentais que recebam verbas públicas e das organizações da sociedade civil de interesse público.

Nas eleições de 2008, por meio da Resolução 22.715/08 do Tribunal Superior Eleitoral, doações de outros candidatos, comitês financeiros ou partidos voltaram a fazer parte do rol de fontes de arrecadação de recursos permitidas:

Art. 15. Os recursos destinados às campanhas eleitorais, respeitados os limites previstos nesta resolução, são os seguintes:

[...]

IV – doações de outros candidatos, comitês financeiros ou partidos políticos;

A respectiva Resolução, em seu art. 16, XII, XIII, foi responsável também por proibir as doações de cooperativas e de cartórios de serviços notariais e de registro, respectivamente. Já em 2010, a Resolução do TSE foi clara ao vetar que candidato ou partido recebesse doação proveniente de entidades esportivas.

A partir dessa abordagem sobre as mudanças nos últimos anos, enxergamos que, mesmo com os escândalos nos Governo Collor e Governo Lula, as mudanças não foram cruciais para sanar os questionamentos sobre o financiamento de campanhas eleitorais.

Diante dos escândalos de corrupção revelados no Governo de Dilma Rousseff, mais precisamente com a Operação Lava-Jato, a sociedade passa a enxergar com outros olhos a participação de Pessoa Jurídica na doação para partidos e campanhas eleitorais. No entanto, antes da deflagração da operação, uma Ação Direta de Inconstitucionalidade foi proposta pelo Conselho Federal da OAB em 2011 e uma possível Reforma Eleitoral estava se aproximando. Para entender esses dois fatores importantíssimos para a história legislativa atual do financiamento de campanhas é necessário fazer uma menção ao abuso de poder político e de poder econômico no Brasil.

5.2 ABUSOS E CAPTAÇÃO DE SUFRÁGIO NO BRASIL: ABUSO DE PODER POLÍTICO E ABUSO DE PODER ECONÔMICO

É público e notório que, no Brasil, o Abuso de Poder, seja ele econômico ou político, influência os destinos eleitorais do país. A influência do fator econômico recebe uma nova "roupagem" através de ações ditadas pelo dinheiro ou outras formas de barganha; e pela

influência do exercício de cargo público capaz de alterar o resultado de uma eleição, por exemplo.

De acordo com Bernardi (2016, p. 123), o abuso de poder político condiz com a ação de agente público que procura atender seus interesses (ou de um grupo) através de sua influência perante a Administração Pública, ou seja, o agente faz jus ao seu cargo público para atender seus interesses particulares.

Ainda sobre a conceituação, define Bernardi:

[...] é reconhecido no âmbito da Justiça Eleitoral como abuso de autoridade, ou abuso no exercício de função, cargo ou emprego na administração pública direta ou indireta, praticado em infração às leis eleitorais brasileiras, a beneficiar abusivamente candidatos a cargos eletivos, muitas vezes candidatos à reeleição. (2013, p. 03)

De acordo com Isumi, o abuso do poder político é proveniente de agente público, ferindo princípios constitucionais e influenciando no pleito eleitoral:

Além do princípio da legalidade, os agentes públicos devem respeito aos demais princípios da Administração Pública, positivados no artigo 37 da Constituição Federal: impessoalidade, moralidade, publicidade, eficiência, licitação; em suma, estão sujeitos ao regime jurídico administrativo, caracterizado pelas prerrogativas e sujeições e tendo como base o princípio da indisponibilidade do interesse público e da supremacia do interesse público sobre o privado. Com base nesse conjunto de regras e princípios que informam a atuação dos agentes, torna-se clara a impossibilidade de utilização do aparato administrativo para promover candidaturas no processo eleitoral, vez que desequilibra o pleito eleitoral e viola o princípio republicano. (2010, p. 07).

A partir dessa ótica, o agente público usa sua função, mesmo que temporariamente, para benefícios de interesses privados em supremacia do interesse público, o que é uma verdadeira inversão de valores.

Segundo Bernardi (2013, p. 03) o país vem punindo condutas de abuso de poder político, de acordo com meios processuais e de determinados requisitos específicos que vêm se modernizando, de acordo com a previsão legal e com os entendimentos do Superior Tribunal Eleitoral.

O abuso de poder econômico não segue um conceito tão bem acertado quanto o abuso de poder político, afirma Isumi (2010, p. 14). O abuso de poder econômico, seu *modus operandi*, vai depender do local onde esteja sendo aplicado, das necessidades financeiras e sociais do meio, entre outros fatores. O autor ainda demonstra que o abuso de poder econômico pode ser o investimento através de partidos e candidatos antes e durante a campanha eleitoral de maneira

contrastante ao que prevê a lei, e que o uso de recursos de particulares (bens e serviços), ou até do próprio candidato, não estão protegidos pela Lei Eleitoral vigente.

A captação de sufrágio, através do cometimento de abuso de poder econômico e/ou político, gera um prejuízo enorme para os pleitos eleitorais e, conseqüentemente, para a coletividade. Esse prejuízo passou a ser algo corriqueiro no meio social e o combate a esses abusos com objetivo de captar cada vez mais sufrágio podem ter sido um dos anseios da ADI 4.650, da Reforma Eleitoral de 2015 e, claro, de toda sociedade que presencia diversos escândalos ultimamente, sem conseguir imaginar o resultado final.

6 AÇÃO DIRETA DE INCONSTITUCIONALIDADE Nº 4.650 VERSUS REFORMA ELEITORAL DE 2015

No ano de 2011, o Conselho Federal da Ordem dos Advogados do Brasil promoveu, perante o Superior Tribunal Federal, Ação Direta de Inconstitucionalidade para avaliar a inconstitucionalidade de dispositivos que permitem o financiamento proveniente de pessoa jurídica para campanhas eleitorais e partidos políticos. Os dispositivos contestados foram, segundo Rollo:

[...] a saber, art. 23, §1º, I e II; art. 24, na parte em que autoriza a doação por pessoas jurídicas a campanhas eleitorais; e o art. 81, *caput* e § 1º, da Lei n. 9.504/97, e o art. 31, na parte em que autoriza a realização de doações por pessoas jurídicas a partidos políticos; art. 38, III, das expressões "ou pessoa jurídica"; e art. 39, *caput* e §5º, da expressão "e jurídicas" da Lei n. 9096/95. (2017, p. 30).

Em dezembro de 2013, o Supremo deu início ao julgamento da questão. Porém, o Ministro Gilmar Mendes interrompeu o julgamento com um pedido de vistas. Apesar do atraso, em setembro de 2015, o STF decidiu, pela maioria dos votos, pela inconstitucionalidade da participação.

Segundo Voto-Vista do Ministro Gilmar Mendes:

Constata-se, portanto, que não há vedação constitucional expressa à doação de pessoas jurídicas para campanhas eleitorais. A legislação ordinária é que cuida do tema, frisa-se, com ampla liberdade. A lei 9.504/97 dispõe que as despesas de campanhas eleitorais são de responsabilidade dos partidos ou de seus candidatos (art. 17), criando uma espécie de responsabilidade financeira solidária entre eles.

No entanto, a Corte esclareceu que a Carta de 1988 não determina o modelo de financiamento a ser utilizado, mas foi observada a questão com um olhar sobre os princípios

constitucionais e notou-se que não cabe permitir doações de pessoas jurídicas por essas não terem direito a voto e, portanto, não cabe a essas interferir no pleito eleitoral, promovendo investimentos para atrair retornos.

Sobre a Reforma Eleitoral de 2015, a discussão foi aguçada após o pleito de 2014, o qual foi marcado por um acirramento e bipolarização partidária. O debate aconteceu com foco à corrupção eleitoral existente, campanhas menos dependentes de recursos e sanar falhas na legislação eleitoral.

Sob pressão e muito clamor social, a Reforma Eleitoral procurava dar uma resposta ao contexto social em que o país vivia e que promove a descrença na política brasileira. A corrupção absorveu praticamente toda a camada política e a proporção, além de nacional, foi internacionalizada perante tantos escândalos com dinheiro público, abuso de poder econômico e político e tráfico de influência, entre outros.

O projeto foi levado para o Congresso em setembro de 2015 após muita discussão e obteve sua aprovação. Sobre doação de pessoas jurídicas o texto previa que o limite de 2% do faturamento bruto da empresa do ano anterior à eleição poderia ser doado, isso permanecia na proposta em questão. O assunto novo previsto era a limitação de doação no valor de R\$20 milhões de reais por pessoa jurídica e doações feitas a um mesmo partido não poderiam ultrapassar de 0,5% desse faturamento. Sendo o limite ultrapassado, a empresa seria punida com multa em cinco vezes o valor equivalente ao excesso e não poderia participar de licitações e contratos com o poder público durante cinco anos, posteriormente à decisão da Justiça Eleitoral.

Diante os escândalos que horrorizam todo o país, a mudança da legislação pareceu uma pequena tentativa de animar a população acerca da diminuição da influência do fator financeiro nas eleições. Uma vez auferido as respectivas limitações, acreditava-se atender os anseios da população e evitar que houvesse pretensões de investimentos para contrair retornos.

Seguindo para o controle de constitucionalidade preventivo exercido pela Presidência da República, a então Presidente Dilma Rousseff vetou a parte que previa expressamente a participação de empresas privadas nas doações de campanhas políticas.

Rollo (2017, p. 31) levanta que a justificativa utilizada pela Presidente condiz com que uma vez decidida pela inconstitucionalidade da matéria pelo Supremo Tribunal Federal, não seria possível a criação de norma infraconstitucional sobre tema idêntico sem que fosse causada a mesma discordância perante a Constituição Federal.

Em novembro de 2015, o veto da Presidente foi mantido pelo Congresso Nacional. Ficou decidida assim: a exclusão das empresas privadas no financiamento de campanhas eleitorais. Porém o Modelo continuou o Misto, com algumas modificações, vistas a seguir.

7 FINANCIAMENTO DE CAMPANHAS ELEITORAIS E PARTIDOS NO BRASIL ATUALMENTE: MODELO MISTO À LUZ DA ADI. 4.650 E DAS REFORMAS ELEITORAIS DE 2015 E 2017

O modelo misto de financiamento prevaleceu em meio às mudanças proporcionadas pelo julgamento da ADI. 4.650 e pela modificação legislativa proveniente da Reforma Eleitoral de 2015. No entanto, a novidade fica a cargo da vedação de participação de pessoa jurídica nas doações de campanha para partidos políticos e das novas limitações para pessoas físicas, incluindo a limitação de uso de recursos próprios em campanhas.

7.1 FINANCIAMENTO PRIVADO DE CAMPANHAS

Com o advento da Lei nº 13.165/15, o art. 23, §1º, da Lei nº 9.504/97, passou a prever limitação para doação de pessoa física:

Art. 23. Pessoas físicas poderão fazer doações em dinheiro ou estimáveis em dinheiro para campanhas eleitorais, obedecido o disposto nesta Lei.

[...]

§ 1º As doações e contribuições de que trata este artigo ficam limitadas a 10% (dez por cento) dos rendimentos brutos auferidos pelo doador no ano anterior à eleição.

A Lei Nº 13.165/15 também determinou que o candidato pode utilizar recursos próprios nas eleições até o limite de gastos previstos no art. 23, § 1º-A da Lei 9.504/97. No entanto, o Senador Vincentinho Alves (PR-TO) entende que a legislação atual "permite uma vantagem absolutamente desproporcional para os candidatos ricos". O parlamentar é autor do Projeto de Lei do Senado 149/2017, que limita o uso de recursos próprios em campanhas eleitorais. O projeto pretende auferir limite de gastos de 5% do limite estabelecido pela Lei de Eleições (Lei nº 9.504/97).

Melo (2016, p. 01) afirma que o impedimento de contribuição por pessoa jurídica tende a promover as doações não-contabilizadas, popularmente conhecido como caixa-dois. É possível o surgimento de um novo embate, novos mecanismos de controle e de reeducação eleitoral da população que merecem ênfase. Portanto, manter a participação de pessoas jurídicas contribuindo para campanhas já se mostrou prejudicial para a coletividade.

7.2 FUNDO PARTIDÁRIO

Anterior a ADI 4.650, a Lei N° 9.096/95, a Lei dos Partidos, previa a participação de empresas no financiamento dos partidos através do Fundo Partidário, vejamos:

Art. 38. O Fundo Especial de Assistência Financeira aos Partidos Políticos (Fundo Partidário) é constituído por:

[...]

III - doações de pessoa física ou jurídica, efetuadas por intermédio de depósitos bancários diretamente na conta do Fundo Partidário;

A expressão "*ou jurídica*", como sabemos, foi declarada inconstitucional pelo STF. O Fundo Partidário poderá então ser mantido, de acordo com o Art. 38 da Lei n° 9.096/95, por multas e penalidades pecuniárias; recursos financeiros que a lei os destine, doações por pessoas físicas e dinheiro direcionado da União por meio de dotações orçamentárias.

Com os escândalos de corrupção envolvendo políticos, empresas públicas e privadas, partidos políticos no recebimento de propinas através da influência em contratos milionários, entre outras situações, os partidos políticos, assim como seus protagonistas políticos, obtiveram olhares de toda a sociedade e questionamentos sobre suas ações. A Operação Lava-Jato ainda agrava essa situação.

Então, o Fundo Partidário, como demonstrado anteriormente, tinha como enfoque o uso com despesas internas e de manutenção, tendo esse cenário se modificado em 2016, a partir da escassa participação das pessoas jurídicas em sua receita. Esse cenário toma novas proporções, de acordo com a reportagem da revista IstoÉ: "Na largada da primeira campanha municipal com proibição de doações de empresas, os partidos abriram os cofres para socorrer os candidatos". Isso demonstra que há um novo olhar sobre os recursos públicos com tendência para um aumento de custos.

Em agosto o Congresso não entrou em consenso sobre um novo mecanismo para subvencionar as campanhas eleitorais. O que fez o Governo reservar o valor de aproximado de R\$ 900 milhões para o Fundo Partidário, de acordo G1 - Portal de Notícias da Globo. De acordo com Berta (2017, p. 01), o Fundo em vigência movimentou nos últimos sete anos um valor impressionante de R\$ 3,2 bilhões, enquanto as multas partidárias não chegaram a R\$ 28 milhões. Esse aumento de recursos públicos destinados a custear as eleições mostra um verdadeiro embaraço frente à economia devastada.

Apesar da classe política "remar contra a maré", é necessário criar um plano de financiamento que envolva a sociedade e, assim, poder garantir um elo maior entre a classe política e o eleitorado brasileiro, ao contrário do que demonstra acontecer.

7.3 REFORMA ELEITORAL DE 2017: MUDANÇAS NA DOAÇÃO DE CAMPANHAS, AUTOFINANCIAMENTO E CRIAÇÃO DO FUNDO ELEITORAL

Em meio a tantas propostas de reformas, surge a preocupação da classe política em garantir orçamento suficiente para as eleições de 2018. Nos últimos anos as campanhas eleitorais tomaram proporções financeiras inimagináveis. O encarecimento das campanhas e a ausência das pessoas jurídicas em campanhas eleitorais preocupam àqueles que almejam uma possível candidatura ou reeleição em 2018.

A Operação Lava-Jato deflagrou o mais recente escândalo de corrupção e provou a relação muito próxima entre três elementos: classe política, empresas e corrupção. Na verdade, o combustível das eleições é a participação dessas empresas para obter privilégios e resultados.

Sancionada pelo Presidente Temer, a Reforma Política de 2017, Lei nº 13.487/2017, alterou a legislação eleitoral e cria fundo público para o financiamento de campanhas, o Fundo Eleitoral, no valor de aproximadamente dois bilhões de reais. Esse valor, recém-sancionado, será proveniente de 30% do total de emendas parlamentares de bancada constantes da Lei Orçamentaria Anual. Os recursos abastecerão o fundo exclusivamente em ano eleitoral. As emendas correspondem em indicações de estados por parlamentares para que sejam distribuídos recursos para efetivação de obras e serviços. Outra fonte do Fundo Eleitoral corresponde à isenção fiscal das emissoras comerciais de rádio e tv que veicularam, em 2017 e 2016, a propaganda partidária, exibida fora do período eleitoral e que será extinguida. O horário eleitoral permanece.

A distribuição do Fundo Eleitoral, segundo a lei sancionada por Temer, será da seguinte forma: 2% divididos igualmente entre todos os partidos registrados no Tribunal Superior Eleitoral; 35% entre os partidos com pelo menos um representante na Câmara dos Deputados, 48% divididos entre os partidos na proporção de representantes na Câmara; e 15% divididos entre os partidos na proporção de representantes no Senado.

Condizente com doação por pessoa física para campanhas, a nova Lei prevê que as doações sejam feitas com teto de 10% do rendimento bruto declarado no imposto de renda pelo doador no ano anterior. Texto vetado pelo Presidente previa que houvesse um limite de até 10 salários mínimos para doação, porém isso criaria uma desproporcionalidade muito grande. Também por meio de veto, Temer concedeu que o autofinanciamento de campanhas eleitorais fosse mantido e o único limite é o valor a ser gasto de acordo com o limite de gastos do cargo, o que é previsto agora com a Lei nº 13.487/17, que são: Candidatos à Presidência da República poderão gastar R\$ 70 milhões no primeiro turno e R\$ 35 milhões no segundo turno; Candidatos ao Senado Federal poderão gastar até R\$ 5,6 milhões, o que vai depender do número de

eleitores; Candidatos ao Executivo estaduais poderão gastar até R\$ 21 milhões e esse valor também depende do número de eleitores; Candidatos à deputado federal poderão gastar R\$ 2,5 milhões e deputados estaduais R\$ 1 milhão, ambos independente do estado.

Sobre o acesso ao Fundo Partidário e ao tempo gratuito de rádio e tv, o Congresso aprovou Emenda Constitucional que cria cláusula de desempenho dos partidos a partir de 2018. Os partidos em 2018 terão de atingir 1,5% dos votos válidos nas eleições para Deputado Federal, distribuídos em no mínimo um terço das unidades da federação, com ao menos 1% dos votos válidos em cada uma delas; ou ter elegido pelo menos nove deputados, distribuídos em, no mínimo, um terço das unidades da federação. A cláusula de desempenho, também conhecida de cláusula de barreira, crescerá gradativamente até 2030 e também prevê o fim das coligações em 2020.

Mesmo que em 2015 as empresas não tenham obtido o direito de doar para campanhas eleitorais e partidos, o Legislativo encontrou mecanismos de financiar o pleito de 2018, em reflexo às dificuldades financeiras de 2016. O FEFC - Fundo Especial de Financiamento de Campanha foi criado para saciar a ausência de doações das pessoas jurídicas. A desigualdade política encontrou ferramentas para promover-se diante do veto presidencial na limitação de autofinanciamento e doações físicas. Portanto, mais uma vez a problemática de doação eleitoral não foi resolvida.

8 CROWDFUNDING E O INCENTIVO PARA O FINANCIAMENTO POR PESSOA FÍSICA

A influência das redes sociais, disseminação de informações a nível global pela rede de computadores, faz com que novos mecanismos surjam e sejam popularizados rapidamente. A internet, quando utilizada para meios plausíveis, pode servir como ajuda para a sociedade. O *Crowdfunding* pode ser uma dessas ferramentas.

O *Crowdfunding*, ou financiamento coletivo, é uma ferramenta que se popularizou para realizar campanhas de arrecadação de recursos financeiros na internet para as mais diversas vertentes, através de campanhas. No Brasil esse tipo de plataforma chegou através do “Vakinha” e “Cartase” e foi popularizada com campanhas para ajudar pessoas com doenças ou os mais diversos objetivos. Inicialmente, ficou conhecida em 2008, quando o então candidato a Presidência Barack Obama arrecadou recursos por meio de uma plataforma na internet para arcar com custos em sua campanha.

Em 2016, uma arrecadação pela Cartase criou polêmica às vésperas das eleições municipais com a arrecadação de recurso para patrocinar uma viagem da ex-Presidente Dilma pelo Brasil. A campanha era intitulada de “Jornada da Democracia – Todos por Dilma”. Segundo reportagem do site Sul21, a campanha foi criada por duas pessoas que se auto intitulam de “amigas de longas datas” da ex-Presidente. A campanha ultrapassou rapidamente a meta e gerou uma discussão sobre o uso dessa ferramenta para arrecadação de doações privadas para as campanhas eleitorais de 2016, tendo em vista a proibição das doações advindas de pessoas jurídicas.

Em parceria com o TSE, também em 2016, foi lançada uma plataforma para incentivar a doação física para campanhas eleitorais. A ideia partiu do Movimento de Combate à Corrupção Eleitoral – MCCE, que lançou em julho de 2016 uma plataforma chamada de “Voto Legal” que tinha como intuito legalizar as “vaquinhas” para financiar campanhas eleitorais do respectivo ano. Essa plataforma obedece a requisitos previstos pela legislação eleitoral, como estar em dia com a Lei da Ficha Limpa e se comprometer a não praticar o caixa-dois.

No início de novembro de 2017, o então ex-presidente Lula usou “vaquinha” para pagar despesas de sua caravana em viagem por Minas Gerais. Foi arrecadado 100 mil de reais e o Partido dos Trabalhadores acredita que isso foi um ensaio para eleições de 2018.

Esse novo tipo de plataforma pode significar um avanço na participação de pessoa física nas doações. Aproximar o eleitor da classe política que no momento, com tamanhos escândalos, atrai o descrédito da população. É importante que as fontes de doação para campanhas sejam dinamizadas, atingindo o eleitor para que este participe e se sinta conectado com uma causa específica. Claro, prezando pela transparência e atendendo as exigências da legislação eleitoral.

9 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em meio aos avanços na legislação eleitoral acerca do financiamento de campanhas, a influência do fator econômico sempre fará parte do contexto político brasileiro, independente dos modelos de financiamento de campanhas e partidos utilizados. Desse modo, a legislação eleitoral vem procurando se adaptar para que atenda aos anseios sociais, diante de escândalos de corrupção que se tornaram corriqueiros no país.

É importante frisar que há um afastamento contínuo entre classe política e população e que a modernização da legislação eleitoral por meio das últimas Reformas Eleitorais não atendeu de fato às preocupações da sociedade. A proibição da participação de pessoas jurídica no financiamento de campanhas foi um passo muito importante para o Brasil. No entanto, diante da

diminuição de recursos na campanha de 2016 surge uma preocupação entre os políticos visando as eleições de 2018. O encarecimento das campanhas eleitorais e a necessidade de recursos cada vez maiores, agora sem a participação das empresas, atingem diretamente as finanças públicas com o aumento do Fundo Partidário e a criação do Fundo Eleitoral. A Reforma de 2017 garante a desproporcionalidade a partir do aumento do uso de recursos próprios, onde beneficiará candidatos com maiores recursos financeiros para gastar.

Fica comprovado, então, que não há um real diálogo entre sociedade e classe política, mas a necessidade de mudanças na forma de arrecadação de recursos precisa ser atendida para garantir um pleito barato para os cofres públicos, promoção das doações físicas, maior transparência e, por fim, paridade entre os candidatos.

Percebe-se que existe a necessidade de pensar sobre novas formas e mecanismos de doação de campanha por pessoa física como uma alternativa plausível. Mas como atrair a população para o campo político, para que possam observar propostas e investir em seus candidatos? A resposta é o investimento em políticas que atraiam o eleitor de acordo com o avanço das redes sociais e plataformas, as quais foram aqui demonstradas, criar mecanismos de transparência e abrir parceria com a Justiça Eleitoral, como o projeto Voto Legal.

E, por fim, é válido salientar que as doações de campanha eleitorais são um recurso cívico de controle democrático, servindo para opinar indiretamente sobre questões coletivas. É preciso despertar isso no Brasil.

ABSTRACT

With the need for the constant presence of the economic factor in the elections, the most varied aspects to be addressed arise. What we will see in this article will be a historical reflection on the changes in the Brazilian Brazilian electoral legislation, exploring the changes that have sought and seeking to meet the social desires promoted by corruption and have not been fully successful. We will deal with the financing modalities of campaigns in Europe and Brazil, including on the latest changes with ADI 4,650, with the Electoral Reform of 2015 and the Electoral Reform of 2017. Of more direct motorcycle we will cover the financing of electoral campaigns in Brazil, its advantages , disadvantages and changes. From the survey we conclude the importance of the incentive to donation per individual can mean for Brazilian politics, because through dissemination through the internet, through collective donation platforms, crowdfunding or "kitties", it is possible to attract voters to the rapprochement with political ideals and important for the exercise of Brazilian democracy.

KEYWORDS: Campaign Funding, Electoral Reform, Crowdfunding, Physical Donation.

REFERÊNCIAS

BACKES, Ana Luiza. **Financiamento partidário e eleitoral**: Alemanha, França, Portugal e Espanha. Disponível em: < http://www2.camara.leg.br/a-camara/documentos-e-pesquisa/estudos-e-notas-tecnicas/areas-da-conle/tema3/2012_22272.pdf>. Acesso em: 10/11/2017.

BERNARDI, Dieison Picin Soares. **Abuso do poder político e o rigor de sua punição pela Justiça Eleitoral do Brasil**: efetividade da norma constitucional de tutela da legitimidade das eleições. Disponível: <http://www.tre-sc.jus.br/site/resenha-eleitoral/n-3-jan-jun-2013/integra/%20artigos/abuso-do-poder-politico-e-o-rigor-de-sua-punicao-pela-justica-eleitoral-do-brasil-efetividade-da-no/index5c4b.html?no_cache=1&cHash=fde1a0c5f0d33b616044eccb4d0c05f0>. Acesso em 11/11/2017.

BERTA, Ruben. **Fundo partidário movimentou R\$ 3,2 bilhões nos últimos sete anos**. Disponível em: <<https://theintercept.com/2017/08/19/fundo-partidario-movimentou-r-32-bilhoes-nos-ultimos-sete-anos/>>. Acesso em: 09/11/2017.

BRASIL. Decreto-Lei nº 9.258/46. **Dispõe sobre o alistamento, os partidos políticos e dá outras providências**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/1937-1946/De19258.htm>. Acesso em 08/11/2017.

_____. Lei 13.165/15. **Altera as Leis nºs 9.504, de 30 de setembro de 1997, 9.096, de 19 de setembro de 1995, e 4.737, de 15 de julho de 1965 - Código Eleitoral, para reduzir os custos das campanhas eleitorais, simplificar a administração dos Partidos Políticos e incentivar a participação feminina**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/113165.htm>. Acesso em 09/11/2017.

_____. Lei nº 1.164/50. **Institui o Código Eleitoral**. Disponível em: <<http://www.lexml.gov.br/urn/urn:lex:br:federal:lei:1950-07-24;1164>>. Acesso em 07/11/2017.

_____. Lei nº 11.300/06. **Dispõe sobre propaganda, financiamento e prestação de contas das despesas com campanhas eleitorais, alterando a Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2006/lei/11300.htm>. Acesso em: 08/11/2017.

_____. Lei nº 13.487/17. **Altera as Leis nºs 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**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2017/lei/L13487.htm>. Acesso em 08/11/2017.

_____. Lei nº 13.487/17. **Altera as Leis nos 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**. Disponível em: <<https://presrepublica.jusbrasil.com.br/legislacao/507820160/lei-13487-17>>. Acesso em 09/11/2017.

Lei nº 4.737/65. **Institui o Código Eleitoral.** Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L4737.htm>. Acesso em 07/11/2017.

Lei nº 5.682/71. **Lei Orgânica dos Partidos Políticos.** Disponível em: <<http://www.lexml.gov.br/urn/urn:lex:br:federal:lei:1971-07-21;5682>>. Acesso em: 07/11/2017.

BRASIL. Lei nº 9.096/95. **Dispõe sobre partidos políticos, regulamenta os arts. 17 e 14, § 3º, inciso V, da Constituição Federal.** Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9096.htm>. Acesso em 07/11/2017.

Lei nº 9.504/97. **Estabelece normas para as eleições.** Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9504.htm>. Acesso em: 07/11/2017.

BRASÍLIA. Senado Federal. Projeto de Lei do Senado nº 149/2007. **Altera a Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, para fixar o limite máximo de recursos próprios que o candidato poderá usar na campanha.** Disponível em: <<https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/129202>>. Acesso em: 10/11/2017.

Dispõe sobre a arrecadação e a aplicação de recursos nas campanhas eleitorais e sobre a prestação de contas. Resolução nº 22.250/06, de 29 de junho de 2006. Disponível em: <<http://www.tre-sc.jus.br/site/legislacao/eleicoes-antiores/eleicoes-2006/resolucao-tse-n-222502006/index.html>>. Acesso em 10/11/2017.

Dispõe sobre a arrecadação e a aplicação de recursos por candidatos e comitês financeiros e prestação de contas nas eleições municipais de 2008. Resolução nº 22.715/08, de 28 de fevereiro de 2008. Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/legislacao-tse/res/2008/RES227152008.htm>>. Acesso em: 10/11/2017.

FAUSTO, Boris. **História do Brasil.** São Paulo: Editora da USP, 1995,

FERREIRA, Luciana; BASTOS JUNIOR, Luiz Magno Pinto. **O financiamento de campanhas eleitorais sob a ótica da democracia.** Resenha Eleitoral, Florianópolis, v. 20, n. 2, p. 83-108, maio 2017.

MELO FILHO, Luiz Gonzaga Pereira de. **O direito eleitoral e sua evolução histórica.** Disponível em: <<http://www.conteudojuridico.com.br/artigo,o-direito-eleitoral-e-sua-evolucao-historica,45516.html>>. Acesso em: 09/11/2017.

G1. **Governo reserva quase R\$ 900 milhões para fundo partidário.** Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2017/09/governo-reserva-quase-r-900-milhoes-para-fundo-partidario.html>>. Acesso em 11/11/2017.

ISUMI, Francly. **Abuso de poder nas eleições:** controvérsias e inefetividade de seus meios de coibição. Disponível em: <<http://acervodigital.ufpr.br/bitstream/handle/884/31230/M1382JU.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 09/11/2017.

MELLO, Marco Aurélio Mendes de Farias. **Voto:** Ação Direta de Inconstitucionalidade 4.650 Distrito Federal. 2014. Disponível em: <<http://www.stf.jus.br/arquivo/cms/noticia/NoticiaStf/anexo/ADI4650MA.pdf>>. Acesso em: 10/11/2017.

OLIVIERI, Antônio Carlos. **Eleições no Brasil**: a história do voto no Brasil. Disponível em: <<https://educacao.uol.com.br/disciplinas/cidadania/eleicoes-no-brasil-a-historia-do-voto-no-brasil.htm>>. Acesso em 10/11/2017.

Redação do site do Senado Federal. **Eleições no Brasil são as mais caras do mundo**. Disponível em: <<https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2014/09/15/eiassaes-no-brasil-sapso-as-mais-caras-do-mundo>>. Acesso em: 09/11/2017.

Revista IstoÉ. **Partidos doam R\$ 16 milhões na largada da campanha**. Disponível em: <<https://istoe.com.br/partidos-doam-r-16-milhoes-na-largada-da-campanha/>>. Acesso em: 09/11/2017.

ROLLO, Alberto. A atual reforma política. **A lista fechada, o financiamento público de campanha e a “janela da infidelidade”**. Jus Navigandi, Teresina, ano 14, n. 2.171, 11 jun. 2009. Disponível em: <<http://jus.com.br/revista/texto/12960>>. Acesso em: 08/11/2017.

Sul21. **Campanha para financiar viagens de Dilma arrecada mais de R\$ 50 mil em poucas horas**. Disponível em: <<https://www.sul21.com.br/jornal/campanha-para-financiar-viagens-de-dilma-arrecada-mais-de-rdollar-50-mil-em-poucas-horas/>>. Acesso em 12/11/2017.

TONIAL, Raíssa; OLIVEIRA, Elton Somensi de. Os modelos de financiamento de campanha eleitoral e o contexto político-cultural brasileiro. **Direito Justiça (Porto Alegre, Online)**, [s.l.], v. 40, n. 1, p.106-119, 13 fev. 2014. EDIPUCRS. DOI: 10.15448/1984-7718.2014.1.16553. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/fadir/article/viewFile/16553/10867>>. Acesso em: 10/11/2017.

Tribunal Superior Eleitoral. **Dispõe sobre a arrecadação e a aplicação de recursos nas campanhas eleitorais e sobre prestação de contas nas eleições de 2002**. Resolução nº 20.987/02, de 21 de fevereiro de 2002. Disponível em: <https://www.tre-sc.jus.br/site/fileadmin/arquivos/legjurisp/eleicoes_2002/res_tse/res020987.21022002.pdf>. Acesso em: 10/11/2017.