

FINANCIAMENTO DE CAMPANHA E ÊXITO ELEITORAL NAS ELEIÇÕES DE 2016 E 2020 NA BAHIA

5

Alan Rangel Barbosa*
Maria Teresa Miceli Kerbauy†

Resumo: O foco desta pesquisa é o Estado da Bahia e tem como objetivo observar se há associação entre sucesso eleitoral e despesa de campanha, dos partidos políticos dos candidatos a prefeitos e a vereadores, em 2016 e 2020, sem o aporte do financiamento empresarial de campanha, de acordo com a Lei 13.165/2015. Será também observado o papel do Fundo Eleitoral de Financiamento de Campanha, aprovado em 2017, por meio da Lei nº 13.487, de 6 de outubro de 2017, que foi aprovado com o objetivo de minimizar o impacto do fim dos recursos privados empresariais no financiamento de campanha. O Fundo aprovado é composto de dotações orçamentárias da União e distribuído com maior montante aos partidos com mais representantes na Câmara Federal e no Senado. Nas eleições municipais de 2020, seu aporte foi de R\$ 2.034.954.823,96, conforme dados oficiais do Tribunal Superior Eleitoral. A expectativa é de que o resultado da pesquisa possibilite entender o poder do financiamento de campanha do quarto maior colégio eleitoral do país, primeiro da região Nordeste e o quarto maior estado em número de municípios no Brasil, contribuindo com as pesquisas nas ciências sociais nessa região do país e ampliando os estudos sobre eleições municipais no Brasil. Historicamente, as pesquisas sobre financiamento e eleições municipais se concentram nas regiões sul e sudeste do Brasil. Especificamente em 2016 e 2020, as poucas pesquisas existentes tiveram um foco nos resultados absolutos dos municípios do país. Por fim, este texto faz uma reflexão sobre como o financiamento de campanha e seus desdobramentos empíricos e teóricos ajudam a pensar nos impasses relacionados ao aperfeiçoamento do sistema partidário e eleitoral do Brasil e do ideal de democracia.

Palavras-chave: financiamento eleitoral; eleições municipais; fundo especial de financiamento de campanha.

CAMPAIGN FINANCING AND ELECTORAL OUTCOME IN THE 2016 AND 2020 ELECTIONS IN BAHIA

Abstract: The research aims to expand the studies on municipal elections in Brazil. It is intended to analyze the State of Bahia, with its 417 municipalities, in order to observe whether there is an association between electoral success and campaign spending, specifically from political parties to candidates for mayors and councilors, in 2016 and 2020, both without the contribution of corporate campaign financing, according to the Law 13.165/2015. The strength of the Electoral Campaign Finance Fund (FEFC), approved in 2017, through the Law No. 13,487, of October 6, 2017, will also be observed, which was born with the goal of minimizing the impact of the absence of private corporate resources. The approved Fund

* Graduado, mestre e doutor em Ciências Sociais – UFBA. Pós-doutorando em ciências sociais – UNESP-ARARAQUARA – FCLAR. <https://orcid.org/0000-0002-3212-3713>.

† Pós-Doutora em Ciência Política pelo Instituto de Ibero-américa – Espanha (2011). Professora da Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, UNESP- Ciências Sociais-FFCL/Araraquara. Bolsista de produtividade do CNPq. <https://orcid.org/0000-0002-0622-1512>.

is composed of budgetary appropriations from the Union, and distributed with a larger amount to parties with more representatives in the Federal House and Senate. In the 2020 municipal elections, its contribution was USD 418.852.878,3056, according to official data from the Superior Electoral Court. It is also expected that the result of this research will make it possible to understand the power of campaign financing in the fourth largest electoral college in the country, first in the Northeast region, and the fourth largest state in number of municipalities in Brazil, contributing to social science research in this region of the country. Historically, researches about financing and municipal elections are concentrated in the south and southeast part of Brazil. Specifically, in 2016 and 2020, the few existing researches had a more general focus, encompassing all municipalities in the country. Finally, a reflection on how campaign finance and its empirical and theoretical unfoldings help to think about the impasses related to the improvement of Brazil's party and electoral system and the ideal of democracy.

Keywords: electoral financing; municipal elections; special campaign finance fund.

1 INTRODUÇÃO

Este trabalho tem como objetivo investigar a relação entre financiamento de campanha e sucesso eleitoral na Bahia nas eleições municipais de 2016 e 2020. Em 2015, conforme a Lei nº 13.165/2015 (Brasil, 2015a), foi encerrado o financiamento empresarial que passou a valer a partir das eleições subsequentes. Neste período, ocorreu também a criação do Fundo Eleitoral de Financiamento de Campanha (FEFC), aprovado em 2017, por meio da Lei nº 13.487 (Brasil, 2017a) de 6 de outubro de 2017, que nasceu com o objetivo de minimizar o impacto da ausência de recursos privados empresariais. O FEFC começou a valer na eleição de 2018, com recurso de R\$ 1,7 bilhão, e em 2020 para as eleições municipais. Também para a eleição de 2020 foi estabelecido o fim das coligações partidárias nos pleitos proporcionais, conforme a Emenda Constitucional nº 97/2017 (Brasil, 2017b).

Historicamente, as pesquisas sobre financiamento e eleições municipais estão concentradas no sul e sudeste brasileiro. Nas eleições municipais de 2016 e 2020, poucos trabalhos tiveram um foco nacional (Silva, 2017; Reis; Eduardo, 2019; Deschamps *et al.*, 2021). Para Silva (2011, p. 31), “as especificidades dos estados, municípios e cidades brasileiras quase nunca são incorporadas a um tratamento analítico mais elaborado. São salientados somente aspectos antiprogressistas nos municípios fora do eixo do sudeste”. O foco nas especificidades regionais, especialmente num estado da importância da Bahia, no

nordeste do país, colabora para dirimir uma lacuna na agenda de pesquisa sobre as eleições.

O objetivo geral do artigo foi analisar o sucesso eleitoral dos partidos que financiaram a campanha de candidatos a vereador e a prefeito dos municípios baianos em duas eleições: 2016 e 2020, a partir da constatação da ocorrência de uma correlação satisfatória entre gastos e êxito eleitoral. Como objetivos secundários, procuramos observar o desempenho dos partidos na Bahia em relação aos gastos e êxito eleitoral em 2016 e 2020; verificar se a utilização dos recursos do Fundo Especial do Financiamento de Campanha, para as eleições de 2020, produziu diferenças significativas de eleitos, vereadores e prefeitos, por partido, em relação ao pleito de 2016 na Bahia.

Como primeira hipótese, considera uma correlação positiva e forte entre gastos de campanha e sucesso eleitoral na Bahia, tanto em 2016 (com o fim do aporte empresarial), como no pleito de 2020 (com o fim do custeio empresarial e o aporte do FEFC).

Quanto à metodologia, recorreremos a diferentes métodos quanti-quali: estatístico, bibliográfico e documental. Também tomando como referência metodológica Duverger (1976), foram utilizadas as seguintes coletas de dados: fontes escritas dos arquivos públicos locais (documentos e dados oficiais da Assembleia Legislativa da Bahia e Tribunal Regional Eleitoral da Bahia (TRE-BA)); os arquivos públicos de publicações oficiais administrativos (sites de órgãos do Governo Federal, como TSE, IBGE, Tesouro Nacional); arquivos privados individuais (sites, blogs e redes sociais dos vereadores e prefeitos) e assuntos de imprensa (sites oficiais).

Em relação ao método estatístico, o teste causal usado foi a análise não paramétrica de Spearman (ρ), pois ocorrera uma dispersão muito assimétrica ou valores discrepantes. Os dados foram sistematizados pelo programa Jamovi e, também, apresentados pelo mesmo programa, através de tabelas. Para fins de descrição de estatística simples, utilizamos tabelas sobre os dados socioeconômico, demográfico, eleitoral e político de vereadores, prefeitos e partidos políticos.

A primeira parte do artigo faz um panorama da literatura sobre os estudos de financiamento, votos e êxito eleitoral; a segunda parte trata das pesquisas no campo municipal e as novas regras eleitorais para 2016 e 2020; a terceira parte

expõe os cenários políticos de 2016 e 2020 no Brasil; na quarta seção, mapeia as características do estado da Bahia; a metodologia utilizada no tratamento dos dados, os resultados e a discussão referente aos dados dos partidos, os gastos de campanha e o êxito eleitoral são destaque da quinta parte; e por último, nas considerações finais, ressaltamos a importância dos resultados da pesquisa para o aperfeiçoamento do sistema eleitoral brasileiro e o olhar sobre o cenário dos municípios, não ignorando que há outras variáveis independentes, tais como capital político (carreira política, partido, situação ao governo de turno) ou capital social (sexo, cor e gênero) que influenciam na variável dependente êxito eleitoral.

2 A LITERATURA SOBRE FINANCIAMENTO DE CAMPANHA E ÊXITO ELEITORAL E OS AVANÇOS DA REFORMA POLÍTICA BRASILEIRA

Desde 2002, o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) passou a fiscalizar e tornar públicas as receitas e despesas dos candidatos e partidos políticos nos pleitos eleitorais. A formalização e sistematização dessas informações têm sido essencial para o crescimento da agenda de pesquisa sobre eleições e financiamento na democracia brasileira.

As pesquisas envolvendo a influência dos gastos eleitorais sobre o sucesso das candidaturas, dificuldades e desdobramentos dos resultados tiveram início em 2001, com Samuels (2001) e Pereira e Rennó (2001), que contribuíram para o avanço de muitas pesquisas na literatura da ciência política (Johnston, 2005; Levitsky; Way, 2010; Mancuso, 2015; Speck, 2010; Cervi, 2010; Peixoto, 2010).

De maneira geral, é fecunda a pesquisa que aponta o quanto o volume de recursos tem impactado nas decisões eleitorais, proporcionais e majoritárias. Fala-se em correlações, mas não numa causalidade direta, afinal outras variáveis socioeconômicas, demográficas e políticas podem contribuir para tornar mais ricos os objetivos de pesquisa (Heiler, 2011; Figueiredo Filho; Silva Jr., 2014; Carlomagno, 2015; Speck; Cervi, 2016; Speck; Mancuso, 2013).

Samuels (2001) foi um dos primeiros autores a pesquisar sobre a influência do dinheiro nas eleições e votos. Ele se dedicou a estudar duas eleições, 1994 e 1998, concluindo que a influência do poder monetário esteve relacionada ao porcentual de votos recebido pelos deputados, resultado parecido também com o trabalho de Marcelino (2011). Este autor dedicou-se a analisar as eleições de

2002 e 2006, na Câmara Federal e Senado. Encontrou também uma associação significativa entre gastos e votos. Outras pesquisas foram também estabelecidas com resultados semelhantes (Figueiredo Filho, 2009; Peixoto, 2010).

Historicamente, no país, a partilha de doações empresariais não logrou alcançar valores democráticos capitais. O que ocorreu foi a perpetuação de uma casta política intimamente conectada a estruturas sociais privilegiadas (Manuso; Speck, 2015). Em outros termos, no Brasil é comum a prática do “recrutamento plutocrático” da classe política (Codato, Costa, Massimo, 2015), o qual tem o financiamento eleitoral como um dos basilares eixos explicativos para a sustentação dessa prática, coadunando com a perpetuação de políticos consagrados ou profissionais com capital político robusto, retroalimentando uma lógica de perpetuação (Cervi *et al.*, 2015). E mais: “o forte engajamento de algumas empresas privadas na política ajudou a criar uma imagem da democracia brasileira como plutocracia. Sem dinheiro não é possível ganhar eleições, e sem doações empresariais é difícil alavancar campanhas” (Speck, 2016, p. 129).

Em uma relação de alternância entre democracia e plutocracia, competidores eleitorais, políticos, com proximidade às diferentes frações do capital, aumentariam chances de sucesso eleitoral. Aqui, desse modo, “a representação seria plutocrática, e não da pólis” (Speck, 2005, p. 141). Em resumo, o dinheiro tem força suficiente nas democracias a ponto de influenciar os rumos eleitorais.

Dahl (2012), ao discorrer sobre as desigualdades políticas a serem enfrentadas na democracia, avança que uma de suas causas são as diferenças de posição, recursos e oportunidades econômicas, o que, no caso do autor de “Poliaquia: participação e oposição”, compromete a eficácia do modelo bidimensional – contestação e participação pública. Bobbio (2015) também segue na mesma direção ao apontar que a terceira promessa não cumprida da democracia é a persistência das oligarquias em uma sociedade que se pretende igualitária. Outro ponto do autor é a representação política democrática, que nas sociedades contemporâneas tem sido condicionada ao mandato imperativo, em que os eleitos, em vez de representarem os interesses do cidadão de maneira geral, subordinam-se aos interesses corporativistas, prejudicando o princípio do mandato livre.

As doações empresariais sempre foram a maior fonte de custeio das eleições, seja por financiamento direto aos candidatos, seja pela via dos partidos, numa ação indireta (Mancuso; Speck, 2015). O que se coloca é quando e quanto do dinheiro acabam por se tornarem um óbice ou uma má influência ao determinarem os rumos das eleições à governança pública (Deschamps *et al.*, 2021).

Para Pironi (2008, p. 147), o principal problema do financiamento privado é que esse modelo “abre espaço para que políticos passem a atuar como agentes do interesse privado daqueles que os financiam, e não mais como agentes do bem comum”. E como fica o espaço da representação política? “[...] a representação e o valor equitativo das liberdades políticas são fortemente ameaçados através da prática descontrolada do financiamento privado” (Pironi, 2008, p. 147). Por essas razões, o financiamento público passa a ser visto como uma saída para tornar mais democráticas e justas as eleições.

O financiamento público exclusivo de campanha é uma pauta antiga na cena política brasileira, como o Projeto de Lei nº 2679/2003 (Brasil, 2003) e o Projeto de Lei nº 277/2009 (Viana *et al.*, 2020). Mesmo antes, com o impeachment do presidente Fernando Collor de Mello, foi desenhada a necessidade também da criação da Lei nº 9.504/97 (Brasil, 1997), que exigia que os candidatos prestassem contas nas campanhas eleitorais. “O interesse público estaria muito mais bem servido se os candidatos tivessem de relatar suas fontes de financiamento durante a campanha, em tempo real” (Samuels, 2007, p. 27).

A discussão sobre o exclusivismo público para os gastos de campanha parte da concepção de que haveria um processo mais genuíno de democratização da sociedade ao tornar mais equilibrada a disputa eleitoral e evitar também o aprisionamento da República pelo mercado. Inclusive isso poderia baratear as eleições (Speck, 2010); reduzir os níveis de corrupção que atravessam o país, sobretudo o caixa dois (Nicolau, 2003); fortalecimento e institucionalização dos partidos políticos nas democracias (Tonial; Oliveira, 2014) e “fiscalização e um controle mais real e efetivo das contas de campanhas, ganhando, com isso, a imperativa transparência republicana” (Cunha; Lima, 2012, p. 192).

As críticas mais persistentes em relação ao uso dos recursos exclusivamente públicos são: a) distribuição dos recursos: o financiamento proporcional pré-eleitoral que favorece os partidos mais bem posicionados nas eleições anteriores, obtendo recursos com base no desempenho passado; b) o inaceitável gasto

público eleitoral perante outros graves problemas sociais mais sérios num país subdesenvolvido, como pobreza, educação, saúde e moradia; c) o afastamento do partido em relação a suas bases – com risco de diminuição de filiação –, pois haveria uma extrema dependência do dinheiro público por parte das legendas; d) a não eliminação do chamado caixa dois, mesmo com o fim dos recursos empresariais; e) quando a administração dos fundos de financiamento público não estivesse num órgão independente ao governo, com risco de gerar desconfiança dos cidadãos aos políticos (Zovatto, 2005; Rubio, 2005; Pirani, 2008; Cunha; Lima, 2012).

No entanto o sistema de financiamento partidário e eleitoral no Brasil é misto¹: recursos públicos destinados ao acesso gratuito à rádio e à televisão², o fundo partidário e eleitoral; e os recursos privados, que atualmente é exclusivo à pessoa física. No caso deste último, “a Lei nº 9.504/1997 já autorizava a contribuição de pessoas físicas para as campanhas eleitorais, obedecendo ao limite estabelecido de 10% (dez por cento) dos rendimentos brutos auferidos pelo doador no ano anterior à eleição” (Sechi *et al.*, 2021, p. 1195).

Sobre o financiamento misto, vale marcar, a partir de Tonial e Oliveira (2014, p. 112), “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”, isso em função “dos aportes estatais como parte da fonte financiadora”. Para os autores, “a maioria das democracias adota este modelo, até mesmo como forma de buscar inserir apenas o ‘lado positivo’ dos modelos exclusivos”.

¹ Tipo de financiamento predominante na América Latina, à exceção da Venezuela (Zovatto, 2005).

² A Lei nº 9.096, de 19 de setembro de 1995, a Lei dos Partidos, garantia o tempo de rádio e tv a propaganda partidária. Ela foi revogada pela Lei n. 13.487, de 6 de outubro de 2017, em seu art. 5º. E, agora para as eleições de 2022, foi promulgada a [Lei n. 14.291, de 3 de janeiro de 2022](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2019-2022/2022/Lei/L14291.htm), que alterou a Lei n. 9.096, de 19 de setembro de 1995 (Lei dos Partidos Políticos), reabrindo a propaganda gratuita partidária de rádio e tv (Brasil, 2022a).

3 ELEIÇÕES MUNICIPAIS, FIM DO FINANCIAMENTO DE PESSOA JURÍDICA E A ADOÇÃO DO FUNDO ESPECIAL DE FINANCIAMENTO DE CAMPANHA NO BRASIL

A agenda de pesquisa sobre financiamento de campanha no âmbito municipal teve em Emerson Urizzi Cervi um precursor, quando analisou o peso do financiamento empresarial sobre os resultados nas eleições de 2008. Cervi (2009) apontou que apenas 20% das despesas declaradas teria origem no fundo público. A maior parte das doações era de pessoa física ou jurídica.

Figueiredo Filho e Sampaio (2019), ao realizarem uma ampla pesquisa nas plataformas da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais (ANPOCS), Associação Brasileira de Ciência Política (ABCP) e Google Scholar – variando entre artigos (48%), working papers (28%), monografias (12%) e dissertações (12%) – entre 2003 e 2017, após o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) começar a implementar eletronicamente as prestações de contas de partidos e candidatos em 2002, apontaram que há trabalhos escassos produzidos no Brasil que tratam de todos os municípios em determinado estado. A maioria das pesquisas encontradas foca em todos os municípios brasileiros ou nas capitais, sendo que há poucos trabalhos que comparam pleitos diferentes.

De acordo com Viana *et al.* (2020), duas condições foram fundamentais para estimular o fim do financiamento privado, de pessoa jurídica, no Brasil: a reação pública após as manifestações de junho de 2013 e o início do julgamento no STF da ADI 4.650/2011, impulsionada pela Ordem dos Advogados do Brasil (OAB) que questionava dispositivos de legislação que dispunham do financiamento de partidos políticos e campanhas eleitorais – Lei nº 9.096/1995 (Brasil, 1995) e Lei das Eleições – nº 9.504/1997 (Brasil, 1997).

Mas, somente no final de 2015, o STF deu fim ao julgamento da ADI 4.650/2011 (Brasil, 2015b), e a decisão foi favorável à inconstitucionalidade das doações empresariais nas campanhas. E essa decisão já valeria para as eleições municipais de 2016. Portanto a Lei nº 13.165/2015 (Brasil, 2015) proibiu as doações empresariais de campanhas eleitorais posteriores, mas manteve a contribuição de pessoa física.

Em relação ao financiamento público, o Fundo Partidário foi criado em 1965 pela Lei nº 4.740 (Brasil, 1965). Atualmente, ele é previsto na Lei nº 9.096/1995 (Brasil, 1995), pela Lei dos Partidos Políticos. De acordo com a lei, o Fundo tem distribuição paritária de 5% para todos os partidos registrados, e outros

95% têm distribuição desigual, considerando o quantitativo de deputados na Câmara Federal.

Mas, historicamente, o Fundo Partidário teve pouca competitividade vis-à-vis ao investimento empresarial nas campanhas. Mancuso (2015) apontou que, em 2010, os recursos investidos na corrida eleitoral se apresentaram da seguinte forma: pessoas jurídicas com 74,4%; pessoas físicas com 14,5%; recursos próprios 10,2%; comercialização de bens e realizações de eventos, 0,7%; e, em último lugar, o Fundo Partidário (diretórios nacionais e estaduais) com apenas 0,2%.

No pleito de 2016, com a proibição do financiamento de campanha de pessoa jurídica, Reis e Eduardo (2019) constataram que o total de gastos de campanha declarado oficialmente teve queda, se comparado à eleição de 2012, tanto para prefeito quanto para vereador (este com menor queda).

O volume total do gasto de campanha declarado sofreu forte queda nas eleições de 2016 [...]. Nas disputas para prefeito, o volume caiu pela metade em relação às eleições de 2012, de R\$ 3 bilhões para R\$ 1,5 bilhão, em valores constantes de 2016. Nas eleições para vereador, a queda foi menor, porém também substancial, chegando a 36% (de R\$ 2,3 bilhões para R\$ 1,5 bilhão). Todavia, quando se compara com 2008, somente nas eleições para prefeito houve queda real, de 33%; nas disputas para vereador, o gasto total em 2016 foi equivalente ao observado em 2008, em valores constantes. Portanto, pelo menos quando se analisam os dados oficiais dos gastos dos candidatos na primeira eleição sob as novas regras, o objetivo de reduzir o volume de dinheiro nas campanhas parece ter sido alcançado (Reis; Eduardo, 2019, p. 67).

Os autores tiveram a preocupação de ressaltar que, após a eleição municipal de 2016, com a decisão do STF de extinguir a doação por pessoa jurídica, que tinha como intuito diminuir a influência monetária nos votos, havia o risco de estímulo ao personalismo, com risco de agravar a debilidade do sistema partidário brasileiro (Reis; Eduardo, 2019). Essa preocupação é para combater a desigualdade de gasto entre os candidatos, visando a tornar o sistema eleitoral mais fortalecido, desestimulando o peso do dinheiro no desempenho dos partidos e candidatos. Os dados finais da pesquisa apontaram que

O que se tinha em mente ao banir as pessoas jurídicas do jogo do financiamento eleitoral era atingir e mitigar o protagonismo do poder

econômico nas eleições, sobretudo seus efeitos sobre a representação federal. No entanto, a experiência e os resultados das eleições municipais de 2016, as primeiras após a reforma, não parecem animadores: a concentração das fontes de doação de campanha permaneceu elevada, provavelmente porque aumentou o peso do autofinanciamento, o que favorece candidatos mais ricos; e o efeito do gasto de campanha sobre o desempenho eleitoral não diminuiu, provavelmente porque se intensificou a prática do caixa dois (Reis; Eduardo, 2019, p. 75).

A preocupação com o caixa dois – estímulo de práticas ilegais – é resultado da falta de combate da reforma política para tais ações. Fontes ilegais, do narcotráfico e das milícias podem até aumentar, aproveitando-se das franjas do sistema político brasileiro, minando o aperfeiçoamento da democracia no Brasil (Reis; Eduardo, 2019).

Ainda sobre as eleições de 2016, Deschamps *et al.* (2021) analisaram todos os municípios brasileiros com mais de 50 mil eleitores – 441 cidades – comparando com as eleições anteriores de 2012 e 2008. Observaram um aumento de candidaturas em 2016, bem como uma diminuição significativa do montante de receita: 2012, R\$ 1.280.946.380,00 e, em 2016, R\$ 713.610.098,00, redução bastante significativa entre ambos. Mostraram, também, que o número de votos diminuiu. Em 2016, como houve redução das receitas em geral, a quantidade de votos também pesou para os candidatos com escassez financeira, sendo que acabou reinando o que os autores chamaram de lógica plutocrática, a saber, aqueles que lograram maiores receitas continuaram a ser os mais beneficiados com êxito eleitoral, mesmo com o fim do financiamento empresarial.

A conclusão foi de que, mesmo com o fim do financiamento do mercado, não houve alteração do padrão já existente nas eleições antecedentes entre a associação de dinheiro e sucesso eleitoral, especificamente para as eleições proporcionais dos vereadores. E mais, nunca foi tão importante o dinheiro como em 2016, pois a disparidade entre quem gastou mais e quem não gastou gerou mais votos, acentuando a desigualdade na captura dos próprios votos e perpetuando a dinâmica plutocrática do sistema democrático brasileiro (Deschamps *et al.*, 2021).

Em 2017, foi aprovado pelo Congresso Nacional o Fundo Especial de Financiamento de Campanha, com a finalidade de turbinar a corrida eleitoral

como forma de compensar a perda de investimentos privados empresariais desde 2015. O Fundo já pôde ser usado nas eleições nacionais e estaduais de 2018, e sua distribuição foi definida pela Lei Orçamentária Anual (LOA) com transferência ao TSE através do Tesouro Nacional. O próprio TSE é o responsável por repassar os valores aos diretórios nacionais. Nas eleições de 2018, houve uma injeção de R\$ 1,7 bilhão; e, nas eleições municipais de 2020, o montante foi de R\$ 2,03 bilhões (Brasil, 2021).

Com a Lei nº 13.487/2017, os recursos do FEFC são distribuídos conforme os seguintes critérios: 2% igualmente entre todos os partidos; 35% divididos entre aqueles que tenham pelo menos um representante na Câmara dos Deputados, na proporção do percentual de votos obtidos na última eleição geral para a Câmara; 48% divididos entre as siglas, na proporção do número de representantes na Câmara, consideradas as legendas dos titulares; e 15% divididos entre os partidos, na proporção do número de representantes no Senado Federal, consideradas as siglas dos titulares (Brasil, 2021).

Mesmo antes da aprovação do FEFC e do montante despejado nas campanhas, desde 2018, o financiamento público de campanha teve críticas muito duras, a exemplo de Ribeiro (2006, p. 76) sobre a “crença de que um dinheiro precioso seria desviado de fins mais nobres – educação, saúde, segurança – para alimentar a atividade político-partidária”, ou Samuels (2001, p. 385) “como e quem nos partidos políticos estariam incumbidos de distribuir estes recursos de campanhas entre os candidatos”. Vale destacar também a crítica de Nicolau (2003, p. 9): “os recursos não são somente oriundos do caixa dois de empresas tradicionais, mas de redes conectadas ao crime organizado e à informalidade (bicheiros, empresários de bingo, igrejas, narcotráfico). Agentes que, em muitos casos, sequer têm o caixa um”.

Historicamente, no Brasil, era comum a coação eleitoral e as sucessivas fraudes, o que degenerava, e muito, qualquer possibilidade de desenvolvimento do cidadão munido de direitos civis e políticos, vide a literatura sobre o voto de cabresto e o coronelismo brasileiro (Leal, 2012; Queiroz, 1976). Hoje, com a atualidade e a confiança na urna eletrônica, os mais importantes óbices para o aperfeiçoamento da República, da vida política e eleitoral brasileira, passam a ser o abuso de poder econômico e a corrupção sistemática (Cunha; Lima, 2012). Isso acaba por perpetuar a desigualdade entre os concorrentes e interferir na

competição livre e justa, algo que é dissonante da Constituição brasileira de 1988, no art. 14, inciso 9, que fala sobre a normalidade e legitimidade das eleições contra a influência do poder econômico e o abuso do exercício de função na administração.

Vale ressaltar que a captura do poder econômico e os casos de corrupção que estão relacionados ao caixa dois e outras formas espúrias veladas, entre políticos, partidos e setores privados, não estão descolados dos condicionantes históricos. A herança do patrimonialismo do poder do Estado, descrito pelos intelectuais do pensamento político e social brasileiro, a exemplo de Faoro (2012), em *Os Donos do Poder*, acaba tendo um peso na desqualificação da República, sobretudo na indistinção entre a esfera pública e privada.

4 CARACTERÍSTICAS DO ESTADO DA BAHIA

A importância do estado da Bahia se deve ao fato de ser o quarto maior colégio eleitoral do país, perdendo apenas para São Paulo, Minas Gerais e Rio de Janeiro, sendo, também, o quarto maior estado em número de municípios no Brasil, 417 ao todo. Como foi apontado na introdução, é preciso reforçar a importância de olhar para outros cenários brasileiros, um lócus maior para o nordeste. Abaixo, a Tabela 1 resume os principais dados da Bahia.

TABELA 1 Dados gerais sobre a Bahia

Dados econômicos	PIB R\$ 293,2 bilhões	7° Colocado
	PIB Per Capita: R\$ 20.449,29	16° Colocado
Dados sociais e demográficos	417 Municípios	4° Colocado
	População ³ : 14.136.417	4° Colocado
	IDH: 0,660.	22° Colocado
Dados políticos	Eleitores aptos a votar: 1,8 milhão ⁴	4° Colocado

Fonte: Elaborada pelos autores com base em dados do IBGE (online) e TRE-BA (BAHIA, 2020a)

As informações acima mostram a posição da Bahia nas dimensões econômica, social, demográfica e política. O estado destaca-se por ser o quarto maior em termos de municípios, população e colégio eleitoral, só perdendo para estados

³ Referente ao Censo de 2022 do IBGE (2022).

⁴ Fonte: TREba (2020) nas eleições de 2020.

da região sudeste e sul (Rio Grande do Sul é o quarto maior estado em termos de municípios). Dados que chamam bastante atenção é do PIB per capita, que é o cálculo da divisão do PIB pelo número de habitantes da região e mede quanto do PIB caberia a cada indivíduo se todos recebessem igualmente o mesmo montante.

Os números do quadro acima indicam um estado que é bem avaliado, em termos de produção de bens e serviços, por diversas atividades econômicas, mas que, quando analisada a divisão desses bens por habitante – PIB per capita –, a precariedade desta divisão é bastante evidente. E esse dado explica, parcialmente, o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH), que mede três dimensões básicas: renda, educação e saúde. A Bahia está como 22^a pior colocada entre todos os 26 estados brasileiros, além do Distrito Federal, em relação a essas variáveis. Portanto nem o IDH e nem o PIB per capita espelham a colocação geral do estado, considerando somente o PIB, no país.

5 PROCEDIMENTO METODOLÓGICO

A unidade de análise, ou unidade elementar mobilizada para a pesquisa, foi o partido político, observando as despesas de campanha e o sucesso eleitoral (excluindo os suplentes), vereadores e prefeitos, na Bahia, na eleição de 2016. Manin (2013) aponta que, na democracia contemporânea, de público ou audiência, o partido político ainda carrega um peso muito importante no governo representativo. Primeiro, porque candidatos independentes de filiações partidárias dificilmente chegam ao poder. Mesmo que a realidade aponte para campanhas eleitorais centradas nos candidatos (como personalidades midiáticas), os partidos continuariam tendo sua importância, principalmente em relação aos financiamentos e canais de comunicação públicos.

A relação entre gasto de campanha (variável independente) e êxito eleitoral (variável dependente) foi analisada através dos dados absolutos nessa pesquisa. Para o método estatístico foi utilizado o pacote estatístico Jamovi, com o intuito de testar as correlações entre despesas de Financiamento de Campanha e êxito eleitoral. Foi utilizado o coeficiente de Correlação de Spearman

(rho) mais adequado para amostras menores e com distribuição que se diferencia significativamente de uma distribuição normal dos dados⁵. Além disso, usamos dados estatísticos descritivos, apontando o quantitativo de prefeitos e vereadores eleitos na Bahia, nas duas eleições (2016 e 2020); o montante de recursos gastos por cada partido, além do volume percentual que os partidos mais exitosos, na disputa eleitoral, tiveram ante aos outros competidores; por fim, o montante de recursos do FEFC recebidos e gastos.

A fonte da coleta de dados foi o site oficial do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), em especial nos seguintes itens: resultados e prestação de contas. Informações adicionais foram coletadas no Tribunal Regional Eleitoral da Bahia. Porém muitos dados colhidos foram de forma crua, ou seja, sem manipulação prévia, sendo, portanto, transformados em dados de primeira mão.

6 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Ao observar os dados sobre as despesas de campanha dos partidos⁶ declarados no TSE e os candidatos eleitos na Bahia, em 2016, incluindo prefeitos e vereadores em seus respectivos partidos, fizemos primeiro o teste de Shapiro-Wilk (mais utilizado para amostras pequenas) para sabermos se o comportamento da distribuição era normal. Se o valor-p fosse maior do que 0,05, ou nível de significância de 5%, comumente o mais usado, seria uma distribuição normal. Porém o valor-p ficou < 001 , ou seja, não desejável para efeitos de normalidade, pois é menor do que 0,05 ($p < 0,05$). Assim os dados não seguiram uma distribuição *normal*. Se fôssemos testar uma hipótese usando o teste de normalidade de Shapiro-Wilk: H1 (Hipótese alternativa), a distribuição dos dados seria igual a uma distribuição normal; Ho (Hipótese Nula), a distribuição dos dados não seria igual a uma distribuição normal. Essa primeira parte dos testes apontaria que a hipótese (H1) seria refutada.

Não sendo as duas variáveis uma distribuição normal, optamos por utilizar a correlação de Spearman. No teste realizado, o resultado foi $p < 001$, ou seja,

⁵ Mas é possível usar um modelo paramétrico, mesmo quando os dados não seguem uma distribuição normal, especialmente quando a amostra for grande.

⁶ Usando a qualificação do TSE, consideramos o total de despesas pagas pelos partidos, ou seja, a soma bruta do valor de todos os pagamentos dos gastos registrados pelos prestadores de contas. Isso inclui despesas públicas, privadas e despesas pagas referentes a transferências entre prestadores de contas.

menor do que 0,05. Isso significa que é uma evidência estatística de que as variáveis estão relacionadas.

Segue-se que o valor de rho, o coeficiente de correlação entre gastos e prefeitos eleitos foi 0.698; já entre gastos e vereadores eleitos foi 0.750. Nos gastos totais, eleitos em geral, o rho foi 0.754. O r varia entre -1 e +1, sendo os extremos com correlação forte negativa (próxima de -1) e positiva (próxima de +1). Apoiando-se em Callegari-Jacques (2003), se $0,00 < r < 0,30$, a correlação pode ser considerada fraca; se $0,30 < r < 0,60$, a correlação pode ser considerada moderada; se $0,60 < r < 0,90$, a correlação pode ser considerada forte; se $0,90 < r < 1,00$, a correlação pode ser considerada muito forte. Logo o resultado mostrou que todas as correlações lineares foram consideradas positivas e fortes, conforme a tabela abaixo.

TABELA 2 Coeficiente de Correlação de Spearman, Coeficiente de Determinação e Valor-P, entre despesa de campanha e eleitos na Bahia – 2016

		Despesa (público e privado)
Eleitos (prefeitos)	Rho de Spearman	0.739
	p-value	< .001
Eleitos (vereadores)	Rho de Spearman	0.795
	p-value	< .001
Todos os eleitos	Rho de Spearman	0.798
	p-value	< .001

Fonte: Elaborada pelos autores com base em dados brutos do TSE.

Nota: Dados atualizados pelo sistema do TSE em: 23.09.2020 - 10:45 em relação aos recursos. Dados atualizados pelo sistema do TSE em: 28.05.2021 - 16:59 em relação aos eleitos

As despesas declaradas privadas em 2016, na Bahia, de acordo com a atualização do TSE, em 23 de setembro de 2020, totalizaram R\$ 3.281.874,36; já as públicas foram R\$ 12.656.711,22. Esses dados inverteram um padrão estabelecido nas eleições anteriores de que o investimento de pessoa jurídica dominava as campanhas eleitorais, conforme os estudos desenvolvidos por Cervi (2009) e a sistematização das pesquisas realizada por Mancuso (2015). A proibição desse investimento privado, portanto, alterou a lógica anterior.

Há detalhes que não explicam todas as correlações positivas na Tabela 2. Os cinco primeiros partidos políticos (16,13% do total de 31) gastaram

juntos⁷ (todos acima de 800 mil reais), na corrida eleitoral, 71,31% de todos os recursos. Já o percentual dos 15 primeiros que mais gastaram na campanha, ou seja, 48,39% dos partidos, foi 93,31%. Sendo assim, os 16 partidos restantes gastaram juntos apenas 6,69%.

Quando discriminamos os cinco primeiros partidos que mais gastaram, juntos elegeram 48,33% do total de prefeitos eleitos. Já os 15 primeiros corresponderam a 88,75% de prefeitos. Os partidos restantes, 16, obtiveram apenas 11,25% de candidatos a prefeitos exitosos. No caso dos vereadores, os cinco primeiros que mais gastaram obtiveram 37,26% de eleitos; e os 15 primeiros corresponderam a 78,01% de eleitos. Com efeito, os 16 partidos restantes só alcançaram 21,99% de cargos legislativos. A tabela abaixo mostra os valores.

⁷ Foram incluídos na Eleição de 2016 os recursos privados oriundos de “[...] recursos próprios dos candidatos; doações financeiras ou estimáveis em dinheiro de pessoas físicas; doações de outros partidos e de outros candidatos; comercialização de bens e/ou serviços ou promoção de eventos de arrecadação realizados diretamente pelo candidato ou pelo partido; e receitas decorrentes da aplicação financeira dos recursos de campanha”; e recursos públicos: “o Fundo Especial de Assistência Financeira aos Partidos Políticos, conhecido como Fundo Partidário, se destina às despesas cotidianas das legendas. Ele é composto por multas e penalidades em dinheiro aplicadas de acordo com o Código Eleitoral e outras leis vinculadas à legislação eleitoral e por recursos financeiros que lhes forem destinados por lei. Também se constitui por doações de pessoas físicas efetuadas por meio de depósitos bancários diretamente em conta específica destinada a essa finalidade, além de dotações orçamentárias da União” (BAHIA, 2020b).

TABELA 3 Eleições Bahia 2016 – Despesa de campanha e total de eleitos

Partido	Total de Recursos (R\$)	Total de Recursos (%)	Candidatos Eleitos Prefeito(a) (n)	Candidatos Eleitos Prefeito(a) (%)	Candidatos Eleitos Vereador(a) (n)	Candidatos Eleitos Vereador(a) (%)
PSD	R\$ 3.082.744,34	24,36	81	19,38	595	12,94
PMDB	R\$ 1.878.783,41	14,84	47	11,24	350	7,61
PSDB	R\$ 1.624.284,93	12,83	18	4,31	240	5,22
PP	R\$ 1.613.170,08	12,75	55	13,16	439	9,55
SD	R\$ 826.757,96	6,53	1	0,24	89	1,94
PSB	R\$ 477.507,00	3,77	20	4,78	201	4,37
PDT	R\$ 384.522,82	3,04	20	4,78	264	5,74
PTB	R\$ 349.596,34	2,76	10	2,39	125	2,72
PRB	R\$ 297.804,38	2,35	10	2,39	166	3,61
PSC	R\$ 263.313,65	2,08	6	1,44	134	2,91
DEM	R\$ 219.614,30	1,74	38	9,09	292	6,35
PR	R\$ 211.517,87	1,67	19	4,55	213	4,63
PTN	R\$ 199.291,99	1,57	7	1,67	127	2,76
PT	R\$ 193.802,30	1,53	39	9,33	315	6,85
PATRI.	R\$ 189.120,59	1,49	0	0	37	0,80
PSL	R\$ 171.840,70	1,36	15	3,59	200	4,35
PPS	R\$ 134.070,29	1,06	7	1,67	104	2,26
PC do B	R\$ 133.894,10	1,06	12	2,87	212	4,61
PSOL	R\$ 113.396,84	0,90	0	0,00	5	0,11
PRP	R\$ 58.872,34	0,47	2	0,48	58	1,26
PHS	R\$ 50.254,25	0,40	1	0,24	69	1,50
PTC	R\$ 46.113,10	0,36	2	0,48	81	1,76
PV	R\$ 44.255,46	0,35	2	0,48	79	1,72
REDE	R\$ 36.183,50	0,29	3	0,72	11	0,24
PSDC	R\$ 23.159,10	0,18	0	0,00	22	0,48
PT do B	R\$ 16.399,97	0,13	1	0,24	41	0,89
PROS	R\$ 6.882,25	0,05	0	0,00	61	1,33
PPL	R\$ 4.657,11	0,04	0	0,00	9	0,20
PMB	R\$ 3.047,35	0,02	0	0,00	20	0,43
PRTB	R\$ 1.601,90	0,01	2	0,48	29	0,63
PMN	R\$ 250,00	0,00	0	0,00	11	0,24
Total	R\$ 12.656.710,22	100 %	418	100 %	4599	100 %

Fonte: Elaborada pelos autores com base em dados brutos do TSE.

Nota: Dados atualizados pelo sistema do TSE em: 23.09.2020 - 10:45 em relação aos recursos. Dados atualizados pelo sistema do TSE em: 28.05.2021 - 16:59 em relação aos eleitos.

O PSD teve o maior gasto de campanha (R\$ 3.082.744,34) na Bahia e obteve maior número de eleitos (32,32%) dentre todos os partidos. No plano nacional foi o quarto com maior gasto (R\$ 43.202.660,22). A legenda foi fundada em 2011, por Gilberto Kassab e outras importantes lideranças nacionais. Herdou um importante capital político do PSDB, pois muitos filiados com mandatos pertenciam aos tucanos, já nas eleições de 2012, o que explica o montante de recursos públicos que o partido obteve nas eleições posteriores. Um dos fundadores do partido, Otto Alencar, já havia alcançado o senado nas eleições

nacionais de 2014, representando a Bahia. Ainda, foi o partido que mais lançou candidatos a vereador (2777) e a prefeito (167) em 2016, no estado.

Entre os cinco primeiros, PMDB e PP figuraram entre os que mais gastaram (recursos públicos e privados) e obtiveram maior êxito eleitoral. No plano nacional, PP, PSDB, PMDB, PSD e DEM, nessa mesma ordem, foram os que mais tiveram gastos eleitorais. No caso do PT, que está no governo da Bahia desde 2007, esteve apenas na 14^o colocação (R\$193.802,30) em termos de gastos; no cenário nacional foi o nono com maior gasto (R\$ 24.916.089,16). No entanto, a nível local foi o quarto com maior número de vereadores eleitos, e, também, o quarto com mais prefeitos eleitos. Mesmo com gasto abaixo de R\$195 mil, o PT obteve um número expressivo de eleitos. Esse resultado parece indicar que o capital político estabelecido pelo partido, enraizado em todo o estado, em quase uma década, e, no plano nacional em 14 anos, pode ter pesado a favor.

Outro partido importante foi o próprio DEM⁸, com gasto de R\$ 219.614,30, ocupando apenas a 11^o colocação, mas sendo o quinto com maior número de eleitos. No plano nacional, o partido foi o quinto com maior gasto (R\$ 40.729.973,28). A organização partidária vem de uma família tradicional, em torno do carlismo⁹, que criou ramificações importantes desde a década de 70, em plena Ditadura Militar, em torno do falecido político Antônio Carlos Magalhães. É inegável o capital político estabelecido em torno da figura e linhagem política do carlismo na Bahia.

Na eleição de 2020, recorrendo ao teste de correlação de Spearman, os resultados foram os seguintes: valor $p < 001$, ou seja, menor do que 0,05; o valor de rho, o coeficiente de correlação, entre gastos e prefeitos eleitos: 0.930; entre gastos e vereadores eleitos: 0.930; e entre gastos e total de eleitos: 0.930. Todas as correlações lineares deram positivas e muito fortes.

⁸ Atualmente o partido se fundiu com a União Brasil (fundado em 2022).

⁹ “‘Carlismo’ é um termo utilizado para designar o grupo formado no Estado da Bahia em torno da forte liderança de Antônio Carlos Magalhães que, durante algumas décadas, foi o político mais importante do Estado e um dos mais influentes do Brasil [...] Em sua interpretação, o carlismo constituiu-se como a versão baiana da modernização conservadora brasileira, isto é, uma versão regional de um mix de modernização econômica e conservadorismo político que, embora com variações de estilo e nas suas bases sociais, foi uma fórmula hegemônica na maior parte da história república” (Pereira, 2017, p. 238).

TABELA 4 Coeficiente de Correlação de Spearman, Coeficiente de Determinação e Valor-P entre despesa de campanha e eleitos na Bahia – 2020

		Despesa (público e privado)
Eleitos (prefeitos)	Rho de Spearman	0.930
	p-value	< .001
Eleitos (vereadores)	Rho de Spearman	0.930
	p-value	< .001
Eleitos (total)	Rho de Spearman	0.930
	p-value	< .001

Fonte: Elaborada pelos autores com base em dados brutos do TSE.

A análise dos dados é relevante para apontar uma correlação positiva muito forte (pois rho esteve acima de 0.9) entre as despesas dos partidos, declarados oficialmente ao TSE, de acordo com a Justiça, e o êxito eleitoral, considerando que nessas eleições já não havia mais coligações. Importante salientar também a proporcionalidade dos votos, especificamente para o legislativo; ou seja, leva mais cadeiras os partidos que obtiverem mais votos, no cálculo do coeficiente eleitoral. Os mais bem votados são eleitos em seus respectivos partidos. No caso das eleições majoritárias, leva mais cadeiras o político que teve maior votação, independente do coeficiente eleitoral.

As despesas declaradas privadas em 2020, na Bahia, de acordo com a atualização do TSE, em 23 de setembro de 2020, totalizaram R\$ 83.447.800,06. Comparado com 2016, houve um aumento de R\$ 80.165.925,70. Já as fontes públicas tiveram aporte de R\$ 255.480.736,76. Comparado com 2016, o aumento foi de R\$ 242.824.025,54. Esses números corroboram com a inversão da lógica de investimentos que dominava as campanhas no Brasil antes de 2016. Do ponto de vista legal, são as despesas públicas que dão o suporte das campanhas, mas não se deve descartar a influência do caixa dois (BAHIA, 2020a).

Seguindo na mesma linha dos dados de 2016, há detalhes implícitos na tabela acima. Os cinco primeiros partidos (15,62% do total de 32) gastaram juntos, na corrida eleitoral, 61,26% de todos os recursos. Já o percentual dos 15 primeiros que mais gastaram na campanha (46,87% dos partidos) foi de 92,01%. Os 17 partidos restantes gastaram juntos apenas 8,01%.

Quando discriminamos, mais uma vez, os cinco primeiros partidos que mais gastaram, juntos obtiveram 70,26% do total de prefeitos eleitos. Já os

15 primeiros partidos corresponderam a 96,41% de eleitos. O restante dos 17 partidos só obteve 3,59% de prefeitos exitosos. No caso dos vereadores, os cinco primeiros que mais gastaram obtiveram 61,30% de eleitos; e os 15 primeiros corresponderam a 93,77% de eleitos. Os partidos restantes, 17 ao todo, alcançaram apenas 6,23% de cargos legislativos. A tabela abaixo mostra os valores.

TABELA 5 Eleições Bahia 2020 – despesa de campanha e total de eleitos

Partido ¹⁰	Total de Recursos ¹¹ (R\$)	Total de Recursos (%)	Candidatos Eleitos Prefeito(a) (n)	Candidatos Eleitos Prefeito(a) (%)	Candidatos Eleitos Vereador(a) (n)	Candidatos Eleitos Vereador(a) (%)
DEM	R\$ 31.924.401,87	17,16	38	9,11	385	8,43
PSD	R\$ 28.191.772,58	15,16	109	26,14	972	21,27
PT	R\$ 23.917.397,62	12,86	34	8,15	421	9,21
PP	R\$ 20.904.006,89	11,24	92	22,06	752	16,46
PL	R\$ 9.009.755,28	4,84	20	4,80	271	5,93
MDB	R\$ 7.933.317,07	4,27	14	3,36	150	3,28
PSB	R\$ 7.556.536,15	4,06	30	7,19	310	6,78
PSDB	R\$ 7.048.325,26	3,79	15	3,60	177	3,87
PC do B	R\$ 6.882.255,21	3,70	16	3,84	214	4,68
AVANTE	R\$ 6.276.225,73	3,37	4	0,96	70	1,53
PDT	R\$ 6.256.755,88	3,36	13	3,12	204	4,46
REPUB	R\$ 4.824.587,86	2,59	9	2,16	177	3,87
PSL	R\$ 4.084.432,59	2,20	1	0,24	13	0,28
PODE	R\$ 3.677.911,68	1,98	4	0,96	101	2,21
PSC	R\$ 2.644.118,86	1,42	3	0,72	69	1,51
SD	R\$ 2.392.716,48	1,29	3	0,72	42	0,92
PROS	R\$ 2.155.053,03	1,16	6	1,44	68	1,49
PSOL	R\$ 1.998.407,02	1,07	0	0,00	7	0,15
PTB	R\$ 1.208.876,31	0,65	3	0,72	37	0,81
PV	R\$ 1.182.679,33	0,64	0	0,00	18	0,39
PATRIOTA	R\$ 1.139.379,79	0,61	0	0,00	14	0,31
CIDADANIA	R\$ 1.110.219,98	0,60	1	0,24	23	0,50
REDE	R\$ 1.099.406,43	0,59	2	0,48	21	0,46
PTC	R\$ 914.581,91	0,49	0	0,00	25	0,55
NOVO	R\$ 488.672,11	0,26	0	0,00	0	0,00
PRTB	R\$ 359.317,15	0,19	0	0,00	5	0,11
DC	R\$ 358.935,01	0,19	0	0,00	8	0,18
PMN	R\$ 346.465,48	0,19	0	0,00	7	0,15
PMB	R\$ 105.564,91	0,06	0	0,00	8	0,18
PCB	R\$ 6.196,48	0,00	0	0,00	0	0,00
UP	R\$ 4.441,24	0,00	0	0,00	0	0,00
PSTU	R\$ 3.467,35	0,00	0	0,00	0	0,00
TOTAL	R\$ 186.006.180,54	100 %	417	100 %	4569	100 %

Fonte: Elaborada pelos autores com base em dados brutos do TSE.

Nota: Dados atualizados pelo sistema do TSE em: 15.06.2023 - 01:56 em relação aos eleitos. E dados atualizados em 12.06.2023 - 23:25 em relação aos recursos (despesas).

Os dados acima apontam o crescimento do PSD e do PP que elegeram mais vereadores e prefeitos na Bahia. O primeiro partido alcançou o segundo maior gasto na campanha, e o PP o quarto. Em nível nacional, ficaram entre os

¹⁰ PTN virou Podemos (PODE) em maio de 2017; PTB virou Avante em setembro de 2017; PEN virou Patriota em abril de 2018; PMDB virou MBD em maio de 2018; PSDC virou DC em maio de 2018; PPS virou Cidadania em março de 2019; PR virou PL em maio de 2019; PRB virou Republicanos em agosto de 2019; UP foi fundado em dezembro de 2019; PHS, PRP e PPL foram extintos.

¹¹ A despesa inclui os recursos mais a transferência entre prestadores.

cinco com maiores despesas, incluindo verbas pública e privada. O PT ficou em terceiro lugar em gastos e quarto em número de vereadores e prefeitos eleitos. Em nível nacional, foi o partido que mais gastou (incluindo recurso público e privado, com R\$ 593.553.344,34), perdendo apenas para o PSD (R\$ 622.779.513,65), segundo informações do TSE. Comparado com 2016, o partido saltou da posição 14^a para terceira em gastos. Em 2018, o PT havia reelegido o governador Rui Costa, o que certamente garantiu a perpetuação do capital político para as eleições locais em 2020.

Já o PSL, partido com a segunda maior bancada do Congresso e segundo em despesas do Fundo Especial de Financiamento de Campanha, optou por não concentrar seus recursos na Bahia, ficando apenas em 13^o lugar.

De maneira geral, comparando os gastos de campanha de 2016 e 2020, houve um aumento de R\$ 242.824.025,54, considerando a atualização do site do TSE em 24 de junho de 2023.

Já para as eleições de 2020, o aporte do FEFC foi fundamental para impulsionar mais recursos na campanha eleitoral. O custo dos votos para candidatos exitosos, em uma média nominal, também apresentou aumento significativo de um pleito a outro: 1.944,47% para prefeito(a) e 1.931,79% para vereador(a). Ou em outros termos, aumento de R\$ 590.182,01 para prefeito, e R\$ 53.164,06 para vereador, conforme a Tabela 6 abaixo.

TABELA 6 Despesa total de campanha e votos válidos por cargo – Eleições de 2016 e 2020 - Bahia

Total de despesa de todos os partidos (2016)	Total de despesa de todos os partidos (2020)	
R\$ 12.656.711,22	R\$ 255.480.736,76	
Média nominal entre a despesa e cargos (2016)	Média nominal entre a despesa e cargos (2020)	Variação percentual
Prefeito: R\$ 30.351,82	Prefeito: R\$ 620.533,83	Prefeito: 1944,47%
Vereador: R\$ 2.752,06	Vereador: R\$ 55.916,12	Vereador: 1931,79%

Fonte: Elaborada pelos autores com base em dados brutos do TSE.

Nota: Dados atualizados em 23 de setembro de 2020, às 10:45 (para a eleição de 2016) e 24 de junho de 2023, às 23:16 (para a eleição de 2020).

O FEFC ou Fundo Eleitoral, aprovado em 2017, possibilitou a primeira experiência na campanha municipal em 2020. O objetivo era compensar o déficit de recursos causado com a exclusão do financiamento de pessoas jurídicas, que sempre foi a maior fonte de recursos nas eleições brasileiras. O valor disponibilizado para os partidos foi de R\$ 2.034.954.824,00. Chama atenção na Tabela 7, como se observa abaixo, a recusa do Partido Novo em utilizar o Fundo Eleitoral, pois a legenda adotava o discurso de que campanha eleitoral só deveria ter recursos privados, condenando a exclusão de aporte financeiro de pessoas jurídicas.

Os partidos que receberam mais de R\$ 100 milhões totalizaram juntos R\$ 1.051.323.140,74, o que equivale à soma de 11 partidos. O restante (22 partidos) acumulou R\$ 528.240.776,35, uma diferença de R\$ 523.082.364,39, evidenciando a disparidade da distribuição de recursos públicos direcionados a somente 33,33% dos partidos, o que, certamente, destoa da média dos valores recebidos pelos partidos: R\$ 35.482.039,97. É importante lembrar que a distribuição foi condicionada à quantidade de parlamentares eleitos nas eleições gerais de 2018.

TABELA 7 Valores que os partidos receberam do FEFC – Eleições de 2020 - Brasil

Partidos ¹²	Valores que o partido recebeu do Fundo eleitoral ¹³ R\$	(%)	Valores do FEFC declarados pelos partidos aos candidatos R\$
PT	R\$ 201.297.516,62	9,89	R\$ 176.108.602,99
PSL	R\$ 199.442.419,81	9,80	R\$ 159.698.234,50
MDB	R\$ 148.253.393,14	7,29	R\$ 132.467.032,64
PP	R\$ 140.669.215,02	6,91	R\$ 119.799.394,04
PSD	R\$ 138.872.223,52	6,82	R\$ 111.069.621,45
PSDB	R\$ 130.452.061,58	6,41	R\$ 124.204.355,26
DEM	R\$ 120.810.759,08	5,94	R\$ 104.388.672,81
PL	R\$ 117.621.670,45	5,78	R\$ 96.940.085,48
PSB	R\$ 109.545.178,16	5,38	R\$ 84.799.254,70
PDT	R\$ 103.314.544,11	5,08	R\$ 84.934.486,97
REPUBLICANOS	R\$ 100.632.561,34	4,95	R\$ 85.148.513,89
PODEMOS	R\$ 77.968.130,80	3,83	R\$ 52.134.224,76
PTB	R\$ 46.658.777,07	2,29	R\$ 36.160.019,38
SOLIDARIEDADE	R\$ 46.037.917,83	2,26	R\$ 36.582.011,49
PSOL	R\$ 40.634.516,50	2,00	R\$ 35.506.532,51
PROS	R\$ 37.187.846,96	1,83	R\$ 27.684.142,87
NOVO ¹⁴	R\$ 36.564.183,26	1,80	
CIDADANIA	R\$ 35.824.724,42	1,76	R\$ 28.218.320,78
PATRIOTA	R\$ 35.139.355,52	1,73	R\$ 23.349.696,43
PC do B	R\$ 35.139.355,52	1,73	R\$ 26.308.524,45
PSC	R\$ 33.239.786,22	1,63	R\$ 32.124.332,36
REDE	R\$ 28.430.214,66	1,40	R\$ 19.369.212,80
AVANTE	R\$ 28.121.267,64	1,38	R\$ 22.547.984,92
PV	R\$ 20.498.922,01	1,01	R\$ 12.877.149,68
PTC	R\$ 9.498.596,58	0,47	R\$ 5.421.643,11
PMN	R\$ 5.872.173,76	0,29	R\$ 4.564.129,99
DC	R\$ 4.025.171,90	0,20	R\$ 1.545.447,13
PCB	R\$ 1.233.305,95	0,06	R\$ 1.225.146,27
PCO ¹⁵	R\$ 1.233.305,95	0,06	
PMB	R\$ 1.233.305,95	0,06	R\$ 1.021.156,54
PRTB	R\$ 1.233.305,95	0,06	R\$ 1.057,35
PSTU	R\$ 1.233.305,95	0,06	R\$ 1.136.860,00
UP	R\$ 1.233.305,95	0,06	R\$ 428.809,09
PHS	Não recebeu	0,0	
PPL	Não recebeu	0,0	
PRP	Não recebeu	0,0	
TOTAL	R\$ 2.034.954.823,96	100 %	R\$ 1.647.764.656,64
MÉDIA	R\$ 35.482.039,97	—	R\$ 32.124.332,36

Fonte: Elaborada pelos autores com base em dados brutos do TSE.

¹² PTN virou Podemos (PODE) em maio de 2017; PTB virou Avante em setembro de 2017; PEN virou Patriota em abril de 2018; PMDB virou MBD em maio de 2018; PSDC virou DC em maio de 2018; PPS virou Cidadania em março de 2019; PR virou PL em maio de 2019; PRB virou Republicanos em agosto de 2019; UP foi fundado em dezembro de 2019; PHS, PRP e PPL foram extintos.

¹³ Valor distribuído ao partido (Dotação Orçamentária conforme art. 16-C, §§2º e 7º da Lei nº 9.504/1997).

¹⁴ No TSE consta somente 14 reais gastos pelo Novo em despesas públicas. O Partido, portanto, abriu mão de gastos públicos.

¹⁵ No TSE não há recurso declarado para os candidatos do PCO.

Há detalhes na tabela acima que não estão explícitas. Os cinco primeiros partidos (22,58% do total de 29) gastaram juntos, na corrida eleitoral, 62,06%; o percentual dos 10 primeiros que mais gastaram na campanha, 39,48% dos partidos, foi de 79,62%. E, por fim, dos 15 primeiros, ou seja, 51,72% dos partidos, obtiveram 92,10% de gastos. Neste último, os outros 14 partidos restantes gastaram juntos apenas 7,90%.

TABELA 8 Fundo especial de financiamento de campanha e êxito eleitoral – Eleições 2020 na Bahia

Partido	Fundo Especial de campanha R\$	%	Prefeitos eleitos N°	%	Vereadores eleitos N°	%	Total Vereadores e prefeitos N°	%
PT	30.271.274,20	19,10	34	8,15	427	9,35	461	9,25
PSD	25.781.665,32	16,27	109	26,14	976	21,36	1085	21,76
DEM	21.528.516,97	13,58	38	9,11	384	8,40	422	8,46
PP	10.846.452,71	6,84	92	22,06	758	16,59	850	17,05
PSB	9.934.302,16	6,27	30	7,19	310	6,78	340	6,82
PSL	7.388.379,82	4,66	1	0,24	13	0,28	14	0,28
PODE	5.376.885,68	3,39	4	0,96	101	2,21	105	2,11
PL	5.295.803,36	3,34	20	4,80	271	5,93	291	5,84
PDT	5.076.581,75	3,20	13	3,12	204	4,46	217	4,35
MDB	4.715.416,11	2,97	14	3,36	150	3,28	164	3,29
REP.	4.683.980,35	2,96	2	0,48	21	0,46	23	0,46
PSOL	4.581.785,68	2,89	0	0,00	7	0,15	7	0,14
PC do B	3.771.521,29	2,38	16	3,84	213	4,66	229	4,59
SD	3.684.563,73	2,32	3	0,72	43	0,94	46	0,92
AVANTE	3.067.032,19	1,93	4	0,96	69	1,51	73	1,46
PSDB	3.065.143,17	1,93	15	3,60	176	3,85	191	3,83
REDE	2.709.092,61	1,71	9	2,16	177	3,87	186	3,73
PV	1.749.757,95	1,10	0	0,00	18	0,39	18	0,36
PSC	1.159.503,37	0,73	3	0,72	69	1,51	72	1,44
PROS	986.069,03	0,62	6	1,44	68	1,49	74	1,48
CIDAD.	932.521,56	0,59	1	0,24	23	0,50	24	0,48
PATRI.	513.696,84	0,32	0	0,00	14	0,31	14	0,28
PTB	494.039,48	0,31	3	0,72	37	0,81	40	0,80
PTC	342.306,56	0,22	0	0,00	25	0,55	25	0,50
DC	337.680,49	0,21	0	0,00	8	0,18	8	0,16
PMN	180.039,80	0,11	0	0,00	7	0,15	7	0,14
UP	29.595,95	0,02	0	0,00	0	0,00	0	0,00
PCB	2.552,11	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
PSTU	880,35	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
TOTAL	158.507.040,59		417	100 %	4569	100 %	4986	100 %

Fonte: Elaborada pelos autores com base em dados brutos do TSE.

Nota:

Versão atualizada do sistema em 24 de junho de 2023, às 23:16.

Ao discriminar, mais uma vez, os cinco primeiros partidos que mais gastaram na Bahia, conforme a Tabela 8 acima, juntos obtiveram 72,65% de prefeitos eleitos; os 10 primeiros, 85,13%; e os 15 primeiros gastadores 91,13%. Ainda,

as 14 legendas restantes alcançaram somente 8,87% de prefeituras. Com os vereadores, os cinco primeiros que mais gastaram obtiveram 62,48% de eleitos; os 10 primeiros corresponderam a 78,64%; e os 15 primeiros obtiveram 86,36%. E as 14 legendas restantes só alcançaram juntas 13,64% dos cargos legislativos. Já a última coluna, referente a todos os eleitos por partido que mais gastaram, forneceu os seguintes dados: os cinco primeiros partidos tiveram 63,34%; os dez primeiros, 79,21%; e os 15 primeiros, 86,78% de prefeitos e vereadores eleitos. As 14 legendas restantes alcançaram juntas apenas 13,22% de eleitos.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O artigo se propôs a investigar a relação entre financiamento de campanha e sucesso eleitoral na Bahia, nas eleições municipais de 2016 e 2020. Como hipótese, foi observada uma associação positiva e forte entre gastos de campanha e sucesso eleitoral na Bahia, tanto em 2016 (com o fim do aporte empresarial) quanto no pleito de 2020 (com o fim do custeio empresarial e o aporte do FEFC), como visto nas tabelas 2 e 4, sendo que em 2020 a associação foi positivamente muito forte, corroborando com a hipótese inicial.

Conforme descrito na introdução, as correlações realizadas na pesquisa não desacreditam outras variáveis (como, por exemplo, reeleição, trajetória política, gênero) que podem interferir no eixo do êxito eleitoral, que podem ser analisadas por testes estatísticos com análises multivariáveis. Não foi o objetivo proposto aqui, mas segue como indicação para projetos posteriores, o que pode enriquecer a pesquisa nas eleições municipais, sobretudo observando as novas regras vigentes, visando também ao aperfeiçoamento do sistema eleitoral brasileiro, com a contribuição da ciência política, e a um olhar mais atento para o cenário local.

Mesmo com as novas regras eleitorais, a distribuição dos recursos públicos aos partidos ainda aparece bastante concentrada em poucas legendas políticas, que, como apontou o resultado da pesquisa, alcançaram mais vitórias eleitorais, elegeram mais vereadores e prefeitos. A distribuição desigual dos recursos ainda não alcançou a disputa em igualdade mínima de condições entre partidos e candidatos. A própria distribuição interna dos recursos a determinados candidatos precisa também ser mais bem apreciada, fugindo dos objetivos desta pesquisa.

Por fim, consideramos que o aperfeiçoamento da democracia no país passa pelo aprimoramento do sistema eleitoral e partidário, no caminho do equilíbrio dos recursos, aumento da fiscalização, menos oligarquização e mais competitividade no campo das ideias e propostas efetivas.

REFERÊNCIAS

- BAHIA. Tribunal Regional Eleitoral da Bahia. *Eleições 2020*: 10,8 milhões de eleitores estão aptos a votar na Bahia. Salvador, BA: TRE-BA, 2020a. Disponível em: <https://www.tre-ba.jus.br/comunicacao/noticias/2020/Novembro/eleicoes-2020-10-8-milhoes-de-eleitores-estao-aptos-a-votar-na-bahia>. Acesso em: 09 maio 2023.
- BAHIA. Tribunal Regional Eleitoral da Bahia. *Saiba a diferença entre fundo partidário e fundo eleitoral*. Salvador, BA: TRE-BA, 2020b. Disponível em: <https://www.tre-go.jus.br/comunicacao/noticias/2020/Janeiro/saiba-a-diferenca-entre-fundo-partidario-e-fundo-eleitoral>> Acesso: 24 abr. 2023.
- BOBBIO, Norberto. *O futuro da democracia*: uma defesa das regras do jogo. 13. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015.
- BRASIL. *Lei nº 4.740, de 15 de julho de 1965*. Lei Orgânica dos Partidos Políticos. Brasília, DF: Planalto, 1965. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/1950-1969/14740.htm. Acesso em: 01 jul. 2023.
- BRASIL. *Lei nº 9.096, de 19 de setembro de 1995*. Dispõe sobre partidos políticos, regulamenta os arts. 17 e 14, §3º, inciso V, da Constituição Federal. Brasília, DF: Planalto, 1995. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19096.htm. Acesso em: 19 jul. 2023.
- BRASIL. *Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997*. Estabelece normas para as eleições. Brasília-DF: Planalto, 1997. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19504.htm. Acesso em: 26 jul. 2023.

- BRASIL. Câmara dos Deputados. *Projeto de Lei 2679/2003*. Dispõe sobre as pesquisas eleitorais, o voto de legenda em listas partidárias preordenadas, a instituição de federações partidárias, o funcionamento parlamentar, a propaganda eleitoral, o financiamento de campanha [...]. Brasília, DF: Câmara dos Deputados, 2003. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=147024>. Acesso em: 28 jul. 2023.
- BRASIL. *Lei nº 13.165, de 29 de setembro de 2015*. Altera as Leis nº 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. Brasília, DF: Planalto, 2015a. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/113165.htm. Acesso em: 20 jul. 2023.
- BRASIL. Supremo Tribunal Federal. *Ação direta de inconstitucionalidade 4.650 Distrito Federal*. Direito Constitucional e Eleitoral. Modelo normativo vigente de financiamento de campanhas eleitorais [...]. Relator: Min. Luiz Fux. Brasília, DF: STF, 2015b. Disponível em: <https://reidir.stf.jus.br/paginadorpub/paginador.jsp?docTP=TP&docID=10329542>. Acesso em: 27 jul. 2022.
- 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. Brasília, DF: Planalto, 2017a. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2017/lei/113487.htm. Acesso em: 25 jul. 2023.
- BRASIL. *Emenda Constitucional nº 97, de 4 de outubro de 2017*. Altera a Constituição Federal para vedar as coligações partidárias nas eleições proporcionais, estabelecer normas sobre acesso dos partidos políticos aos recursos do fundo partidário e ao tempo de propaganda gratuito no rádio e na televisão e dispor sobre regras de transição. Brasília,

DF: Planalto, 2017b. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Emendas/Emc/emc97.htm. Acesso em: 25 jul. 2023.

BRASIL. *Lei nº 14.291, de 3 de janeiro de 2022*. Altera a Lei nº 9.096, de 19 de setembro de 1995 (Lei dos Partidos Políticos), para dispor sobre a propaganda partidária gratuita no rádio e na televisão. Brasília, DF: Planalto, 2022a. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2022/lei/L14291.htm. Acesso em: 20 ago. 2023.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. *Fundo Eleitoral x Fundo partidário: entenda a diferença*. Brasília-DF: TSE, 12 nov. 2021. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2021/Novembro/fundo-eleitoral-x-fundo-partidario-entenda-a-diferenca>. Acesso em: 22 de jul. 2023.

CALLEGARI-JACQUES, Sidia M. *Bioestatística: princípios e aplicações*. Porto Alegre: ARTMED, 2003.

CARLOMAGNO, M. C. Como o candidato alcança seu eleitor? Mensurando estratégias eleitorais por meio dos gastos de Campanha nas eleições 2012. *Revista Teoria e Sociedade*, Belo Horizonte, v. 23, n. 2, p. 159–192, 2015.

CERVI, Emerson Urizzi. Instituições democráticas e financiamento de campanhas no Brasil: análises das contribuições de pessoas físicas, jurídicas e partidos políticos às eleições de 2008 e o financiamento público exclusivo de campanha. In: ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS, 33., 2009, Caxambu. *Anais eletrônicos* [...]. São Paulo: ANPOCS, 2009. p. 1–30.

CERVI, Emerson Urizzi. Financiamento de campanhas e desempenho eleitoral no Brasil: análise das contribuições de pessoas físicas, jurídicas e partidos políticos às eleições de 2008 nas capitais de Estado. *Revista Brasileira de Ciência Política*, Brasília, n. 4, p. 135–167, jul./dez. 2010.

- CERVI, Emerson Urizzi; COSTA, Luiz Domingos; CODATO, Adriano Nervo; PERISSINOTTO, Renato Monseff. Dinheiro, profissão e partido: a vitória na eleição para deputado federal no Brasil em 2010. *Sociedade e Estado*, Brasília, v. 30, n. 1, p. 189–205, jan./abr. 2015.
- CODATO, Adriano; COSTA, Luiz Domingos; MASSIMO, Lucas. (org.). Retratos da classe política brasileira: estudos de ciência política. Curitiba: Novas Edições Acadêmicas, 2015.
- CUNHA, Jânio Pereira da; LIMA, Heyde Medeiros Costa. O financiamento público de campanhas eleitorais: a igualdade de chances e a melhoria da qualidade da representação política democrática. *Revista Opinião Jurídica*, Fortaleza, v. 10, n. 14, p. 192–210, dez. 2012.
- DAHL, Robert A. *A democracia e seus críticos*. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2012.
- DESCHAMPS, Jaques Paul; JUNCKES, Ivan Jairo; HOROCHOVSKI, Rodrigo Rossi; CAMARGO, Neilor Fermino. Dinheiro e sucesso eleitoral em 2008, 2012 e 2016 no Brasil. *Revista de Administração Pública*, v. 55, n. 3, maio-jun. 2021.
- FAORO, Raymundo. *Os donos do poder: formação do patronato brasileiro*. 5. ed. Rio de Janeiro: Editora Globo, 2012.
- FIGUEIREDO FILHO, Dalson Britto. *O elo corporativo? Grupos de interesse, financiamento de campanha e regulação eleitoral*. 2009. Dissertação (Mestrado em Ciência Política) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2009.
- FIGUEIREDO FILHO, Dalson Britto; SILVA JR.; José Alexandre da; SILVA, Denisson; PARANHOS, Ranulfo; ROCHA, Enivaldo Carvalho da. *Onde o dinheiro tem mais vez: gastos e votos nas eleições municipais 2012*. *Delaware Review of Latin American Studies*, Newark, v. 15, n. 1, ago. 2014.
- FIGUEIREDO FILHO, Dalton Britto; SAMPAIO, Daniel. Como o dinheiro influencia nas eleições municipais no Brasil: uma revista sistemática.

BIB - Revista Brasileira De Informação Bibliográfica em Ciências Sociais, n. 88, p. 1–25, abr. 2019.

HEILER, Jeison Giovani. *Democracia: o jogo das incertezas x financiamento de campanhas. Uma análise das prestações de contas das campanhas de vereadores de SC*. Dissertação (Mestrado em Sociologia Política) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2011.

FUNDAÇÃO INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. *Bahia: população*. Rio de Janeiro: IBGE, 2022. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ba/panorama>. Acesso em: 22 abr. 2023.

JOHNSTON, Michael. Political parties and democracy in theoretical and practical perspectives: political finance policy, parties, and democratic development. National Washington, DC: Democratic Institute for International Affairs (NDI), 2005.

LEAL, Victor Nunes. *Coronelismo, enxada e voto: o município e o regime representativo no Brasil*. 7. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2012.

LEVITSKY, Steven; WAY, Lucan A. Why democracy needs a level playing field. *Journal of Democracy*, v. 21, n. 1, p. 57–68, 2010.

MANCUSO, Wagner Pralon. Investimento eleitoral no Brasil: balanço da literatura (2001–2012) e agenda de pesquisa. *Revista de Sociologia e Política*, v. 23, n. 54, p. 155–183, 2015.

MANCUSO, Wagner Pralon; SPECK, Bruno Wilhelm. Financiamento empresarial na eleição para deputado federal (2002–2010): determinantes e consequências. *Teoria & Sociedade*, Belo Horizonte, v. 23, n. 2, p. 103–125, jul./dez. 2015.

MANIN, Bernard. A democracia do público reconsiderada. *Novos Estudos*, n. 97, p. 114–127, 2013.

MARCELINO, Daniel. Do public opinion polls matter for campaign contributors? Evidence from Brazil. *In: CONFERÊNCIA IPSA-ECPR*

“WHATEVER HAPPENED TO NORTH-SOUTH?”, 2011, São Paulo. *Anais* [...]. São Paulo: IPSA-EPCR, 2011. p. 1–13.

NICOLAU, Jairo. A Reforma da representação proporcional no Brasil. In: BENEVIDES, Maria Victória; VANNUCHIE, Paulo; KERCHE, Fábio (org.). *Reforma Política e Cidadania*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2003.

PEIXOTO, Vitor M. *Eleições e financiamento de campanhas no Brasil*. 2010. Tese (Doutorado em Ciência Política) – Instituto Universitário de Pesquisas do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2010.

PEREIRA, Carla Galvão. O jogo entre elites e instituições: as estratégias políticas de ACM Neto e a tradição carlista. *Caderno CRH*, Salvador, v. 30, n. 80, p. 237–255, maio/ago. 2017.

PEREIRA, C.; RENNÓ, L. O que é que o reeleito tem? Dinâmicas político-institucionais locais e nacionais nas eleições de 1998 para a Câmara dos Deputados. *Dados – Revista de Ciências Sociais*, v. 44, n. 2, 2001.

PIRONI, Cristiane Rachel. *Igualdade política e financiamento de campanhas eleitorais*. 2009. Dissertação (Mestrado em Ciência Política) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008.

QUEIROZ, Maria Isaura Pereira de. *O mandonismo local na vida política brasileira e outros ensaios*. São Paulo: Alfa-mega, 1976.

REIS, Bruno Pinheiro Wanderley; EDUARDO, Felipe Lima. A distância entre intenção e gesto: consequências da proibição de doações eleitorais por pessoas jurídicas nas eleições municipais de 2016. *Boletim de Análise Político Institucional*, n. 21, p. 67–76, 2019.

RIBEIRO, Renato Janine. Financiamento de Campanha (público versus privado). In: AVRITZER, Leonardo; ANASTASIA, Fátima (org.). *Reforma Política no Brasil*. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2006. p. 77–81.

RUBIO, Delia Ferreira. Financiamento de partidos e campanhas: fundos públicos vs. fundos privados. *Novos Estudos*, n. 73, p. 6–16, 2005.

- SAMUELS, David. Money, elections, and democracy in Brazil. *Latin American Politics and Society*, v. 43, n. 2, p. 27–48, 2001.
- SAMUELS, David. Financiamento de campanhas no Brasil e propostas de reforma. *Suffragium - Revista do Tribunal Regional Eleitoral do Ceará, Fortaleza*, v. 3, n. 4, p. 11–28, jan./jun. 2007.
- SECCHI, Leonardo; WINK JUNIOR, Marcos Vinícios; MORAES, Cryslan Jorjan de. Crowdfunding e desempenho eleitoral no Brasil: análise estatística das eleições para deputado federal em 2018. *Revista de Administração Pública* [Recurso Eletrônico], Rio de Janeiro, v. 55, n. 5, set./out. 2021.
- SILVA, Cleber de Deus P. A lógica da competição política municipal em “Cenários Oligárquicos”. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE CIÊNCIA POLÍTICA, 7., 2011, Recife. *Anais [...]*. Rio de Janeiro: ABCP, 2011, p. 2–23.
- SILVA, Bruno Fernando da. A relação entre dinheiro e (expectativa de) voto a partir das eleições municipais de 2008, 2012 e 2016. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE CIÊNCIA POLÍTICA, 11., 2018, Curitiba. *Anais eletrônicos [...]*. Rio de Janeiro: ABCP, 2017. p. 1–18.
- SPECK, Bruno Wilhelm. Reagir a escândalos ou perseguir ideias? A regulação do financiamento político no Brasil. *Cadernos Adenauer*, ano 6, n. 2, p. 123–159, 2005.
- SPECK, Bruno Wilhelm. Três ideias para oxigenar o debate sobre dinheiro e política no Brasil. *Em Debate*, Belo Horizonte, v. 2, n. 3, p. 6–13, 2010.
- SPECK, Bruno Wilhelm; MANCUSO, Wagner Pralon. O que faz a diferença? Gastos de campanha, capital político, sexo e contexto municipal nas eleições para prefeito em 2012. *Cadernos Adenauer*, 2013, v. 2, n. 5, p. 109–126, 2013.

- SPECK, Bruno Wilhelm. Game over: duas décadas de financiamento de campanhas com doações de empresas no Brasil. *Revista de estudos brasileiros*, Salamanca, v. 3, n. 4, p. 125–135, 2016.
- SPECK, Bruno Wilhelm; CERVI, Emerson Urizzi. Dinheiro, tempo e memória eleitoral: os mecanismos que levam ao voto nas eleições para prefeito em 2012. *Dados – Revista de Ciências Sociais*, Rio de Janeiro, v. 59, n. 1, p. 53–90, 2016.
- TONIAL, Raíssa; OLIVEIRA, Elton Somensi de. Os modelos de financiamento de campanha eleitoral e o contexto político-cultural brasileiro. *Direito & Justiça*, Porto Alegre, v. 40, n. 1, p. 106–119, jan./jun. 2014.
- VIANA, João Paulo Saraiva Leão; VIANA, Joao Paulo Saraiva Leão Viana; HEILER, Jeison Giovanni; BOREL, Marcelo; SANTOS, Rodrigo Dolandeli dos. O financiamento de campanhas no brasil: notas para o debate sobre a reforma política. *Suffragium – Revista Do Tribunal Regional Eleitoral Do Ceará*, n. 11, 2020.
- ZOVATTO, Daniel. Financiamento dos partidos e campanhas eleitorais na América Latina: uma análise comparada. *Opinião Pública*, Campinas, v. 11, n. 2, p. 287–336, out. 2005.