

FINANCIAMENTO DE CAMPANHAS ELEITORAIS

Emerson Almeida dos Santos Cordeiro¹

César Augusto Luiz Leonardo²

Artigo Científico³

RESUMO

Este artigo busca discutir a respeito do financiamento de campanhas eleitorais, considerando tamanha importância do tema no futuro do nosso país, buscando compreender as principais mudanças normativas no aspecto histórico-evolutivo com ênfase a substituição parcial do método de financiamento misto após a aprovação da ADI 4650 devido a tamanhos casos de corrupção e quais foram as suas influências diretas nas eleições posteriores a aprovação da ADI. Em seguida serão apresentadas as principais características sobre as espécies de financiamento de campanhas, qual espécie adotada pelo Brasil e as principais vantagens que cada espécie de financiamento possui. Como resultados da pesquisa temos que: o regramento do financiamento de campanhas passou a ser realizado de acordo com a evolução do dinheiro na sociedade e as mudanças realizadas foram mediante aos acontecimentos que ocorreram no decorrer do tempo até chegar na espécie atual de financiamento de campanhas. Seja a espécie de financiamento pública ou privada, cada uma tem diversas vantagens, destacando ao financiamento público um controle maior de fiscalização por parte do Estado e ao financiamento privado a possibilidade de uma participação direta dos cidadãos. Portanto, cada uma destas espécies de financiamento pode ter suas vantagens exploradas dentro do contexto de uma reforma política que para ter sua eficiência aplicada, se faz necessária uma reforma do pensamento político tanto numa reforma ética nas questões econômicas como na educação também. Empregar-se-á, neste trabalho, o método comparativo, optando-se pela pesquisa bibliográfica e documental como procedimento metodológico para a sua realização.

Palavras-chave: Financiamento de Campanhas Eleitorais. Reforma política.

SUMÁRIO: INTRODUÇÃO, 1 O FINANCIAMENTO DE CAMPANHAS ELEITORAIS EM SEU CONTEXTO HISTÓRICO-EVOLUTIVO, 1.1 Financiamento Público, 1.2 Financiamento Privado. 2. ESPÉCIE DE FINANCIAMENTO DE CAMPANHAS ADOTADO PELO BRASIL. 2.1 VANTAGENS DO FINANCIAMENTO PÚBLICO. 2.2 VANTAGENS DO FINANCIAMENTO PRIVADO. CONCLUSÃO, REFERÊNCIAS.

¹Aluno do Curso de Direito da Fundação de Ensino Eurípides Soares da Rocha, Marília, São Paulo;

²Professor Ms/Dr. do Curso de Direito da Fundação de Ensino Eurípides Soares da Rocha, Marília, São Paulo;

³ Trabalho de Conclusão de Curso em Direito apresentado à Fundação de Ensino Eurípides Soares da Rocha, Mantenedora do Centro universitário Eurípides de Marília, para obtenção do grau de bacharel em Direito.

INTRODUÇÃO

É notável que o Brasil possui uma crise quanto a representação democrática devido a quantidade de votos de protesto, manifestações de rua e a própria sociedade que muitas das vezes acaba se afastando de questões políticas.

Com o desinteresse por boa parte da sociedade quanto as questões políticas, é comum por exemplo alguns eleitores nem se lembrarem de quem votou, fazendo com que aqueles que foram eleitos não venham a sofrer uma devida pressão quanto a sua representatividade que é algo comum considerando o atual regime democrático e os interesses da população devem ser ouvidos por aqueles que os representam.

O financiamento de campanhas adotado pelo Brasil acabou contribuindo com essa crise quanto a representatividade, visto que se observarmos dentro do contexto da reforma política que visa a melhoria das questões eleitorais, tal espécie de financiamento no decorrer de sua história, acabou tendo vários casos de corrupção, fazendo-se necessária a aprovação de uma ação direta de inconstitucionalidade onde julgou inconstitucional o financiamento de partidos e de campanhas eleitorais por empresas.

Desta forma, o presente artigo foi realizado mediante ao método comparativo, por meio de pesquisa bibliográfica e documental apresentará todo o aspecto histórico-evolutivo envolvendo o financiamento de campanhas para chegar a presente mudança aprovada pela ADI 4650 e quais foram as suas principais influências após a sua aprovação.

Posteriormente, será apresentada de forma geral diversos aspectos e características de cada uma das formas de financiamento de campanhas. Seja ela por meio do financiamento público, bem como do financiamento privado e qual a espécie de financiamento adotado pelo Brasil.

Em seguida, serão apresentados diversos argumentos e os principais pontos quanto as vantagens de cada espécie de financiamento de campanhas, considerando que cada espécie tem as suas características, o estudo tem por objetivo explorar cada uma destas espécies para mostrar que cada vantagem que a espécie de financiamento de campanha possui, seja pela forma pública e pública exclusiva ou privada, tem suma importância para uma maior observância por parte dos estudiosos e até mesmo pela população, visto que o principal objetivo de ter uma espécie de financiamento de campanhas eficiente é visando a melhoria quanto a representatividade e a nossa democracia.

Portanto o presente estudo foi realizado devido a tamanha importância deste tema visto que a busca pela melhor espécie de financiamento de campanhas é um objetivo que somente

será atingido com a adoção de mecanismos eficientes e o nosso país está buscando e necessita que de fato isso realmente aconteça.

1 O FINANCIAMENTO DE CAMPANHAS ELEITORAIS EM SEU CONTEXTO HISTÓRICO-EVOLUTIVO

O financiamento de campanhas eleitorais é um dos temas mais importantes e discutidos atualmente e para compreender como nosso país chegou ao funcionamento das espécies atuais é necessária uma análise de todo o contexto histórico-evolutivo que é de suma importância para o entendimento mais aprofundado do tema.

Apesar das diversas mudanças quanto as eleições propriamente ditas na era colonial e imperial, a primeira manifestação normativa do financiamento de campanha ocorreu em 1950 pois segundo LORENCINI (2008, p. 136, *apud* FERREIRA; PASSOS; 2014, p.30) “foi no Código Eleitoral de 1950, que tratou de forma sucinta do tema arrecadação e aplicação de recursos na campanha eleitoral e também do seu sistema de controle”.

Com a vinda do regime militar em 1964, um ano depois em 1965, por meio de um golpe de estado com a retirada do então presidente João Goulart, fez com que as eleições viessem para o poder executivo de forma indireta (MOURA, 2017).

Posteriormente em 1965, de acordo com FERREIRA; PASSOS; (2014, p.30 e 31) “A reforma eleitoral trouxe profundas alterações na normatização da propaganda eleitoral e na organização dos partidos políticos, com a promulgação da Lei nº 4.737 (Código Eleitoral) e da Lei nº 4.740 (Lei Orgânica dos Partidos Políticos– LOPP)”.

Tal reforma eleitoral, trouxe diversas mudanças efetivas quanto ao financiamento de campanhas na época, onde vale salientar:

Como principais medidas dessa reforma destacam-se: a implantação de um sistema de financiamento público das eleições e das atividades ordinárias dos partidos políticos, com recursos do Fundo Partidário, e a proibição de doações de empresas privadas para partidos políticos e para a campanha eleitoral (ARAÚJO, 2012, p. 336, *apud* FERREIRA; PASSOS, 2014, p.31).

Dentre diversas revogações de leis que ocorreram na época, abrangendo diretamente ao financiamento de campanhas deve ser destacado que:

Em 1971, a Lei nº 4.740/65 (Lei Orgânica dos Partidos Políticos– LOPP) foi revogada pela Lei nº 5.682, de 21 de julho de 1971, que pouco modificou a lei anterior e manteve o modelo misto de financiamento das eleições, inclusive o

Fundo Partidário implantado em 1965 (ARAÚJO, 2012, p. 337 *apud* FERREIRA; PASSOS; 2014, p.31).

Conforme dito logo no início deste artigo, os casos polêmicos envolvendo o financiamento de campanhas tiveram sua influência efetiva para mudanças posteriores, conforme podemos observar:

Uma nova alteração no sistema de financiamento de campanha eleitoral somente ocorreu já com a restituição do regime democrático no Brasil, através Constituição Federal de 1988, após a publicidade de inúmeras irregularidades na arrecadação de recursos para a campanha eleitoral, escândalo que resultou no impeachment de Fenando Collor (FERREIRA; PASSOS; 2014, p. 32 e 33).

E tais mudanças que passaram a ocorrer com a constituição de 1988, logo com a chegada da década de 1990 tivemos a criação da Lei Complementar 64/1990 (Lei da Inelegibilidade), da Lei 9.096/1995 (Lei dos Partidos Políticos) e da Lei 9.504/1997 (Lei das Eleições) (MOURA, 2017).

A partir daí em 2010, foi editada a lei complementar 135 (Lei da Ficha Limpa), por meio da iniciativa popular foram acrescentados novos casos de inelegibilidade infraconstitucionais em busca de uma maior transparência para o cenário político da época (MOURA, 2017).

No ano de 2015, entrou em vigor uma nova restrição com relação às doações feitas por pessoas jurídicas, ocasionando uma discussão do Supremo Tribunal na presente ADI 4650 (MOURA, 2017).

Em relação ao conteúdo da ADI 4650, Thales Tácito Cerqueira e Camila Albuquerque Cerqueira (2014, p. 227) ensinam que: “consiste em proibir pessoa jurídica de fazer doações eleitorais no sistema de financiamento eleitoral privado brasileiro, permitindo-o apenas a pessoas físicas, mas limitado à regra de que não seja rendimento bruto anterior”.

No dia 17 de setembro de 2015, proferiu a decisão quanto a ADI 4650 por oito votos a três, aclarando que a maioria dos ministros viu diversas divergências nos artigos 31, 38 e 39 da Lei 9.096/95 (sobre partidos políticos), que permitem a prática (LUCHETE, 2016).

Como a ADI 4650 foi proferida em 2015, as eleições de 2014 ainda se mantiveram na espécie de financiamento em que estava vigente, sendo permitido, portanto a doação para as campanhas por parte das empresas. Porém nas eleições municipais de 2016 já passou a valer a decisão da presente ação direta de inconstitucionalidade (XAVIER, 2018).

Em 2018, ano da nossa última eleição, a nova legislação autorizou a doação de pessoas físicas, porém com um limite de até 10% dos seus rendimentos brutos no ano anterior à eleição e a doação feita por meio de vaquinhas virtuais (XAVIER, 2018).

Portanto, não é de hoje que ocorrem diversas mudanças e discussões a respeito do financiamento de campanhas e como a importância dos acontecimentos que ocorreram no decorrer dos anos assim como a evolução do dinheiro na sociedade tiveram uma influência direta até chegarmos na espécie de financiamento de campanhas atual.

1.1 Financiamento Público

Após a compreensão de todo o contexto histórico-evolutivo do referente tema, é necessário compreender agora de maneira geral o funcionamento e as características mais relevantes do financiamento público.

A respeito do financiamento público de campanhas, GOMES (2018, p. 444) define que: “nesse modelo as campanhas eleitorais são integralmente financiadas pelo Estado, portanto com recursos públicos, oriundos da cobrança de tributos.”

Além disso, para FERREIRA; PASSOS (2014, p. 17) “ a finalidade do financiamento público é promover um equilíbrio e a competitividade”.

De fato, o financiamento público de campanhas é importante para delimitar aos partidos políticos o controle total sobre a campanha de seus candidatos. Além disso, se realizado de forma exclusiva:

Afirma-se que esse sistema promove a igualdade de oportunidades ou chances no certame eleitoral, tornando a disputa mais justa e equilibrada; afinal, nem todos os candidatos têm acesso a ricos financiadores privados, e há mesmo candidatos cujas bandeiras contrariam seus interesses (GOMES, 2018, p.444).

O financiamento público pode ser definido de forma direta e indireta onde podem ser distribuídos de dois modos: “através de um sistema de adiantamento das receitas ou pelo sistema de reembolso” (FERREIRA; PASSOS; 2014, p.18).

Quanto ao adiantamento de recursos é possível dizer que as receitas, em um período que antecede as eleições, venham a ser repassados a aqueles que por ventura tenham benefício (FERREIRA; PASSOS; 2014 p.18).

A maneira como é realizado tal adiantamento, segundo FERREIRA; PASSOS; (2014, p.18) “As receitas públicas são repassadas aos beneficiários mediante aprovação da prestação de contas de campanha do parlamentar pelo órgão competente”.

Já quanto ao sistema de reembolso, visto que o adiantamento vem antes das eleições, é evidente que o reembolso será realizado logo quando temos a conclusão das eleições em seu resultado final (FERREIRA; PASSOS; 2014, p.18).

E isso acontece, conforme FERREIRA; PASSOS; (2014, p.18) “mediante ressarcimento parcial de gastos eleitorais realizados, por isso ele é conhecido por indenização eleitoral”.

O financiamento público de campanhas vai muito além da delimitação aos partidos políticos, é importante salientar que sua adoção tem objetivos que envolvem até mesmo no aspecto econômico como condições mais justas a aqueles que querem um processo de escolha a cargos públicos por exemplo (FERREIRA; PASSOS; 2014, p.90).

Além disso, mediante tal análise é possível entender que o financiamento público de campanha acaba tendo um efeito, onde ele, conforme salienta FERREIRA; PASSOS; (2014, p.90) “aumentaria o grau de representatividade na medida em que os partidos e candidatos eleitos não teriam de favorecer os interesses de seus financiadores, atuando com mais liberdade em benefício do interesse da sociedade (FERREIRA; PASSOS; 2014, p.90).

Sendo assim, é notável a necessidade que tais mudanças neste método de financiamento possuem influência direta a melhora da esfera política no país (FERREIRA; PASSOS; 2014, p.90).

Porém, não é possível garantir que de certa forma ainda não existirão influências da esfera privada:

Contra esse modelo, argumenta-se que ele não extinguirá o tráfico privado nas campanhas eleitorais, pois o dinheiro privado certamente nelas ingressará por vias tortuosas, o que, além de não resolver o problema, contribuirá para que candidatos ingressem no campo da ilicitude pois estes não estão envolvidos na maioria dos casos de corrupção. (GOMES, 2018, p. 444)

Apesar dos candidatos não ficarem dependentes de interesses da esfera privada, tornar o financiamento público como única forma para financiar as campanhas não é possível garantir o fim da corrupção (GOMES, 2018, p.444).

Portanto, o financiamento público de campanhas tem seu funcionamento por meio do financiamento por parte do Estado buscando um maior controle das campanhas dos candidatos.

1.2 Financiamento Privado

Outra espécie de financiamento de campanhas é o financiamento de forma privada, neste tópico será apresentado o funcionamento desta espécie de financiamento e quais são as suas principais características.

O financiamento privado, é o modelo onde, conforme conceitua GOMES (2018, p.444) “as campanhas eleitorais são integralmente financiadas por particulares, pessoas físicas e jurídicas”.

Sendo assim, é possível aclarar que o financiamento privado das campanhas eleitorais consiste:

Em toda prestação pecuniária, ou vantagens quantificáveis em dinheiro, realizada por pessoas físicas ou jurídicas, com a finalidade de arcar com os custos da promoção das atividades de campanha eleitoral de um candidato ou partido político.” (ARAÚJO, 2002, p. 93 *apud* FERREIRA; PASSOS; 2014, p.23)

Portanto, diferentemente do financiamento público, o financiamento privado assegura os recursos de doações financeiras dentro da esfera privada (FERREIRA; PASSOS; 2014, p.23).

É importante salientar tamanha influência que o financiamento privado de campanhas possui, pois o mesmo pode ser um instrumento que incentiva a relação partidária social, tendo um papel relevante na democratização do país onde conseqüentemente, contribuirá com o aumento da representação partidária (FERREIRA; PASSOS; 2014, p.26).

Além do mais, as despesas de campanhas passam a ser cada vez maiores, onde fica mais do que claro a impossibilidade de algum partido político ou candidato disputar uma eleição sem dinheiro (FERREIRA; PASSOS; 2014, p.26).

Apesar do financiamento privado, permitir que pessoas físicas e jurídicas venham a contribuir com o candidato que defendem e as representem, é evidente que este método de financiamento pode atrair uma desigualdade por tamanha proporção e amplitude que o mesmo oferece. Onde muitos, para GOMES (2018, p.444 e 445) “podem usar o financiamento de campanhas como “estratégia para se aproximarem e exercerem influência nos agentes políticos beneficiados; prova disso está em que a mesma pessoa doa a candidatos e partidos de diferentes espectros ideológicos, os quais, muitas vezes, disputam os mesmos cargos”.

Vale ressaltar a dificuldade de fiscalização da justiça eleitoral em determinados casos, justamente devido à falta de declaração dos recursos devido a possíveis conexões como por exemplo a atividades ilícitas, que utilizam espécies de caixa dois devido a possuírem algum tipo de ligação a atividades informais ou ao narcotráfico (FERREIRA; PASSOS; 2014, p. 27).

Ou pode ocorrer também, conforme GOMES (2018, p. 445) que “uma vez eleito, fica o donatário comprometido com o doador que o apoiou concreta e significativamente”.

O financiamento privado apesar de permitir de maneira efetiva uma maior participação da população no aspecto político, ter certos problemas conforme expostos anteriormente, jamais podemos nos esquecer que, para FERREIRA; PASSOS; (2014, p.89) “a influência do dinheiro no processo político eleitoral nacional afeta essencialmente dois pontos diretamente vinculados à efetividade da democracia representativa: a desigualdade política e a influência nas decisões políticas governamentais. ”

Portanto o financiamento privado de campanhas tem por objetivo trazer uma participação direta da população dentro da esfera privada tanto por pessoas físicas bem como por pessoas jurídicas onde através desta participação a população venha a ter um interesse maior pela política visto que de maneira direta efetuou a sua contribuição.

2 ESPÉCIE DE FINANCIAMENTO DE CAMPANHA ADOTADO PELO BRASIL

Após uma análise das espécies de financiamento público e privada é importante saber qual foi a espécie de financiamento que o nosso país adotou e seus aspectos mais relevantes.

Dentre as opções do financiamento público e o financiamento privado de campanhas, segundo GOMES (2018, p. 448) “No Brasil adota-se um sistema misto, de maneira que para as campanhas eleitorais tanto contribui o Poder Público quanto o setor privado. Também se impõe um limite máximo de gastos”.

Todavia, conforme abordado anteriormente no aspecto histórico-evolutivo do financiamento de campanhas, devido a ADI 4650 aconteceu uma mudança relevante quanto a espécie de financiamento de campanhas adotada pelo Brasil. Apesar de ser mista, pela primeira vez em 2016 nas eleições municipais, as empresas foram proibidas de realizarem doações para os candidatos (MELO, 2018).

O limite de gastos, foram instituídos pela Lei nº 13.488/2017, que coube ao TSE sua divulgação (GOMES, 2018, p. 448).

Pelo fato de não terem o dinheiro das empresas, os deputados e senadores tiveram que buscar uma saída, sendo esta, a definição das novas regras para o financiamento de campanhas, ficando então acordado entre Câmara dos Deputados e Senado a aprovação e a criação do Fundo Especial de Financiamento de Campanha e além desse fundo, há a possibilidade normalmente das doações de pessoas físicas e vaquinhas virtuais para aumentar o montante de recursos (MELO, 2018).

Considerando que a autorização de doação de pessoas físicas até o limite de 10% dos seus rendimentos brutos no ano anterior as eleições devido a nova legislação, ainda sim, continuaram proibidas as doações empresariais sendo estas permitidas ainda no ano de 2014 que foram vedadas nas eleições municipais de 2016 mediante a ADI 4650 (XAVIER, 2018).

A respeito da espécie de financiamento adotada pelo Brasil, mediante a uma análise em sua estrutura e funcionamento atual, é importante destacar:

Analisadas as regras a respeito do financiamento de campanhas políticas, observa-se que atualmente neste país a modalidade adotada atualmente é mista e a legislação apresenta algumas falhas, que possibilitam a influência do poder

econômico no processo eleitoral, capaz de proporcionar uma desigualdade entre os candidatos durante as eleições (FERREIRA; PASSOS; 2014, p. 42).

Com as mudanças provenientes da ADI 4650 e da regulamentação dos limites de gastos, é importante destacar que a internet ganhou mais espaço nas eleições de 2018, visto que a não possibilidade de doação pelas empresas não foi empecilho para que o financiamento de campanha tivesse outras formas de impulsionamento, por meio das vaquinhas virtuais por exemplo com o uso das redes sociais com empresas especializadas (MELO, 2018).

De acordo com FRANÇA (2018) “Outro ponto importante é a possibilidade do uso de financiamento coletivo de campanha, já conhecido como crowdfunding eleitoral”.

Tais mecanismos de propaganda como rádio, televisão acabaram tendo seu espaço diminuído, se comparado com o aumento do espaço da internet (MELO, 2018).

E como prova disso, segundo MELO (2018) “parte da propaganda partidária em rádio e TV foi extinta para que o dinheiro da renúncia fiscal seja incorporado ao orçamento do fundo de financiamento de campanhas. ”

Portanto, diante o exposto acima é possível concluir que o financiamento de campanhas adotado pelo Brasil de forma mista e suas mudanças nas últimas eleições, é possível notar uma preocupação por parte do nosso poder legislativo e da população como um todo que acompanhou todo este processo de mudança e fizeram com que tantas coisas relevantes viessem a ficar marcadas na história.

2.1 Vantagens do Financiamento Público

Sabendo as principais características do financiamento público de campanhas se faz necessária a compreensão de suas principais vantagens e como ela pode contribuir diretamente nas eleições.

Podemos considerar que este tema é central de debate tanto dentro do âmbito da reforma política, quanto as suas sugestões para alterações e propostas quanto ao sistema vigente (ORZARI, 2013).

A respeito das vantagens do financiamento público, onde serão abordados quais os argumentos favoráveis a esta espécie de financiamento, se for feita uma análise aos “esquemas” que podemos presenciar em nossa história quanto ao financiamento de campanhas na obtenção de recursos, acaba sendo mais custo benefício e mais barato o financiamento público do que o custo destes recursos que acabam sendo repassados aos consumidores ou pagos pelos contribuintes (VENTURA, 2009).

Considerando que os financiamentos públicos de campanhas são integralmente financiados pelo Estado, por meio da cobrança de tributos, segundo GOMES (2018, p.444) “Em seu favor, argumenta-se que ele contribui decisivamente para a redução da corrupção na gestão estatal, porque os candidatos eleitos deixam de estar à mercê da influência de seus financiadores privados. ”

Além disso, aclara Ventura (2009), “Outras vantagens do financiamento público são permitir maior igualdade entre os candidatos e fiscalização da aplicação dos recursos. ”

É possível perceber, portanto, que esse sistema promove a igualdade de oportunidades e chances dentro da disputa eleitoral, considerando uma disputa mais equilibrada e justa visto a discrepância quanto ao acesso de alguns candidatos e outros, que poderiam ter acesso mais fácil a esfera privada para atrair e compactuar com seus interesses (GOMES, 2018, p.444).

Em relação a base doutrinária favorável a este modelo de financiamento de campanha, podemos analisar que:

Percebe-se que os argumentos favoráveis ao financiamento público de campanhas são bem aceitos pela doutrina, principalmente, quanto à possibilidade de maior igualdade disputa eleitoral, à redução de a influência do poder econômico nas eleições e nas decisões políticas e também à probabilidade de gerar uma maior transparência e controle nas movimentações das verbas de campanha (FERREIRA; PASSOS; 2014, p.86).

Considerando que nosso país adota a espécie de financiamento misto, conforme abordado anteriormente, muitos doutrinadores consideram a hipótese de aproveitar tais vantagens que o financiamento público de campanhas possui e utilizarem as mesmas numa forma de financiamento público de campanhas exclusiva (GOMES, 2018, p.444).

De acordo com Camargo (2013) “o financiamento público apresenta como pontos favoráveis a diminuição da corrupção, uma vez que o candidato não ficaria atrelado a favores de investidores privados”.

Argumenta-se que manter o financiamento público de campanhas de forma exclusiva, não só traria uma proporção igualitária de acesso ao processo democrático, bem como uma maior transparência visto que tais verbas seriam distribuídas de forma igualitária, até mesmo em questão das ruas que não haveriam tanta poluição e sujeira algo que iria desestimular a deslealdade e infidelidade partidária (CAMARGO, 2013).

Visando o longo prazo, manter o financiamento público de forma exclusiva contribuiria na moralização e na educação em geral para desestimular o uso do suposto “dinheiro sujo” (CAMARGO, 2013).

A hipótese do financiamento público de campanhas ser exclusivo por parte do Estado, e como única forma de financiamento, poderia impedir com que eventuais doações empresariais venham paralisar ou até mesmo anular quaisquer possibilidades de influência do cidadão comum e da sociedade civil nas decisões legislativas e claro, nas eleições (BLUME, 2015).

Um argumento que inclusive foi utilizado pelo ministro José Antonio Dias Toffoli, segundo Blume (2015) “Pessoa jurídica não vota, logo não deveria ter o direito de doar para campanhas eleitorais. ”

Introduzir o financiamento público de campanha, de forma exclusiva, segundo OLIVEIRA (2015) “Isso diminui o risco de que os candidatos sejam capturados pelo poder econômico de sociedades empresariais, purificando o sistema eleitoral de modo a trazer maior legitimidade democrática. ”

É importante ressaltar a importância das doações de campanhas, uma vez que elas segundo BLUME (2015), “influenciam diretamente no resultado das eleições”. Portanto, outro argumento favorável ao financiamento público é que quanto maior a possibilidade do candidato ter uma exposição ao público, maior são suas chances nas eleições e tal objetivo é possível ser atingido através de grandes doadores que vão favorecer o seu alcance ser maior por meio da publicidade (BLUME 2015).

Dada a exclusividade no financiamento público, quaisquer problemas que surgirem dentro da esfera privada é melhor e mais fácil resolver tais questões externamente (CAMARGO, 2013).

Considerando que o financiamento público é uma alternativa para evitar com que candidatos entrem influenciados por terem recebido doações de grandes empresas por exemplo na esfera privada, muitos argumentam que isso soa como uma espécie de investimento, e para Blume (2015) “Esse argumento remete aos inúmeros escândalos de corrupção envolvendo grandes doadores de campanha. ”.

Portanto, o financiamento público tem a vantagem de justamente não ocorrer influência direta nas tomadas de decisões pelos eleitos enquanto exercem o seu cargo (BLUME, 2015).

Observando sobre o ponto de vista ético, segundo GOMES (2018, p.445) “não haveria problema se a atuação do político coincidissem com os interesses econômicos da comunidade que representa. ” E o mesmo rebate tal afirmação que “Há também o cenário em que os financiadores privados são ligados ao crime organizado, hipótese em que o Estado pode se tornar instrumento de facilitação de crimes” (GOMES, 2018, p. 445).

Em uma situação de uma nova propositura de reforma política, considerando as vantagens do financiamento público, vale destacar:

Em síntese, a reforma política deve incluir o financiamento público como método exclusivo de custeio das campanhas porque somente neste cenário é que se poderá prover a necessária independência do poder político em relação ao poder financeiro. Igualmente, a partir de uma fórmula justa de distribuição dos recursos públicos para financiamento das campanhas, o aspecto econômico não será mais determinante para a ascensão de um político, o que conferirá maior isonomia aos cidadãos e garantirá o efetivo exercício das liberdades políticas. (OLIVEIRA, 2015).

A desproporcionalidade gerada pelo financiamento privado é grande e isso prevalece a capacidade financeira de arrecadação passando por cima das propostas e até mesmo do caráter daquele determinado candidato. Considerando a dificuldade de fiscalização que temos atualmente, o financiamento público tem a vantagem da facilidade de persecução das movimentações financeiras, o que ocasionaria numa acessibilidade maior quanto a punição aos corruptos (CAMARGO, 2013).

Importante inteirar que o financiamento público possui como pontos favoráveis a diminuição da corrupção, pois os candidatos não ficariam dependentes de seus financiadores na esfera privada, o que acabaria com o “caixa 2 “ ou “lavagem” de dinheiro, deixando as coisas mais transparentes e iguais no nosso processo democrático eleitoral pois, as verbas seriam melhores distribuídas, ou seja, de maneira igualitária. Além de que isso poderia representar índices menores quanto a poluição e sujeira nas ruas, uma maior valorização por parte do interesse público em detrimento do privado o que desestimula a deslealdade partidária onde quaisquer tipos de patrocínios irregulares privados seriam mais fáceis de perceber (SARMENTO, 2015).

Sendo assim, é possível concluir que o financiamento público de campanhas tem como principais vantagens um controle maior por parte do Estado o que contribui com a fiscalização o que consequentemente permitiria uma maior igualdade entre os candidatos devido a fiscalização contribuir automaticamente com a aplicação dos recursos. E se por ventura esta espécie tornando-se de forma exclusiva como única possibilidade de financiamento de campanhas, em tese, acabaria com a influência total da esfera privada onde candidatos não ficariam mais a mercê de tais financiadores privados.

2.2 Vantagens do Financiamento Privado

Considerando que foram expostas as principais características do financiamento privado de campanhas e as vantagens da espécie de financiamento pública, se faz necessária a

compreensão das principais vantagens da espécie do financiamento privado e sua contribuição nas eleições.

A respeito das vantagens do financiamento privado, segundo FERREIRA; PASSOS; (2014, p.86) estas vantagens se referem “ao direito de participação direta dos cidadãos na política e também na relação entre os partidos e os cidadãos que seria favorável à representatividade, já que esta se dá por meio de partidos. ”

Outro argumento favorável a espécie de financiamento privada de campanhas é a possibilidade de que através da participação direta do cidadão, este venha se envolver ainda mais dentro da política, pois os filiados ficam cada vez mais habituados assim como os partidos dentro da sociedade. A arrecadação de subsídios na espécie privada contribui para incentivar novos seguidores, algo que consolida ainda mais a relação entre a sociedade e os partidos, não só fazendo o interesse por parte da sociedade aumentar tornando várias pessoas simpatizantes, bem como de forma indireta contribuir com o aumento da representatividade social (ZOVATTO, 2005, p.300 *apud* FERREIRA; PASSOS; 2014, p.75).

Quando se trata das vantagens e características quanto as espécies de financiamento de campanhas, sempre haverá o questionamento quanto a corrupção e se tratando da espécie de financiamento privada, vale ressaltar:

Afirma-se, ainda, ser equivocado o entendimento de que a corrupção nos centros do governo e da Administração Pública é sempre causada por financiadores privados de campanha eleitoral, pois estes não estão envolvidos na maioria dos casos de corrupção. Ao contrário, não poucas vezes a corrupção é fruto da desmesurada ambição e cobiça do próprio agente público, o qual, muitas vezes sequer ocupa cargo eletivo (GOMES, 2018, p. 444).

Considerando que muitos candidatos bem cotados na disputa eleitoral em sua grande maioria possuem algum vínculo com grupos político-econômicos fornecendo a estes um apoio moral, mas principalmente financeiro para sempre estarem bem situados perante o seu eleitorado é difícil afirmar que sempre vão gozar da isenção necessária ao se tratar da coisa pública (GOMES, 2018, p.444).

Se o financiamento privado não estiver presente e acabar deixando a exclusividade do financiamento de campanhas na espécie pública, esta, não irá extinguir o tráfico privado nas campanhas eleitorais pois já que de maneira lícita não há a possibilidade de doação, acabarão ocorrendo doações por vias tortuosas aumentando ainda mais a ilicitude por parte dos candidatos (GOMES, 2018, p.444).

Outro argumento favorável é que a Constituição veda apenas o abuso do poder econômico, mas não proíbe o financiamento de pessoas jurídicas devendo haver um sistema

efetivo para controlar as doações, como por exemplo as empresas que possuem contrato com a administração pública (BLUME, 2015).

Além disso, não ter a espécie de financiamento privado disponível, vários candidatos da oposição ficariam em desvantagem para aqueles de partidos governistas, pois se a campanha se financiada com dinheiro público possibilita uma maior facilidade no desvio de recursos para terem vantagem e visibilidade maior inflando suas campanhas, limitando outros candidatos que não poderão usar os recursos da esfera privada sendo esta atualmente a principal fonte de financiamento de campanhas (BLUME, 2015).

Não deixar a possibilidade do financiamento privado de campanhas, para muitos é até mesmo algo antidemocrático, e tornando a espécie de financiamento de campanhas exclusivamente pública irá impedir os partidos menores de ter um crescimento devido a falta do financiamento privado visto que o candidato é eleito para governar para todos (CAMARGO, 2013).

Outro aspecto onde o financiamento privado de campanhas é vantajoso, é se considerado que sem ele o sistema político pode ficar mais engessado, pois se observarmos as regras do fundo partidário só tendem a valorizar os partidos maiores o que acarretaria numa desigualdade com aqueles partidos que possuem uma representatividade menor no congresso os impossibilitando de desbancarem nas eleições dificultando inclusive o seu crescimento pois muitos partidos como o PT e PSDB por exemplo, sem as doações de empresas não teriam as forças que tem hoje e considerando os anos 90 onde estes partidos se tornaram principais forças, até hoje teríamos um monopólio dominado pelo PMDB e o finado PDS pois estes tinham um monopólio dos recursos públicos destinados aos partidos políticos (BLUME, 2015).

Portanto é possível entender que o financiamento privado de campanhas tem por objetivo permitir que a esfera privada possa contribuir de forma direta com os candidatos seja por meio da pessoa física bem como jurídica, o que gera um aspecto de interesse maior e participação por parte da população e o incentivo de novos seguidores possibilitando uma igualdade maior de competição para aqueles que não pertencem a partidos governistas e que tem uma maior parte dos recursos na esfera pública caso esta viesse a ser a única forma de financiamento.

CONCLUSÃO

O presente estudo abordou diversas questões importantes acerca do financiamento de campanhas dada tamanha importância deste tema para a democracia em nosso país

principalmente quando se trata de uma reforma política sendo este um dos temas mais discutidos na atualidade.

Foi salientado todo o contexto histórico-evolutivo onde é possível notar que a partir do momento em que o dinheiro passou a ter uma forte influência e impacto na sociedade, foi dada a devida importância a esta questão dentro do de financiamento de campanhas pois no decorrer da história de nosso país, muitas mudanças ocorreram tanto quanto aos governos que assumiram onde cada um tinha a sua forma de governar e analisar a situação presente dentro do tema, assim como os diversos casos de corrupção que também acabaram influenciando em diversas mudanças normativas para uma melhor adaptação em busca de uma maior transparência na representatividade democrática.

É possível perceber que cada mudança que envolvia o financiamento de campanhas teve um impacto muito grande em nossa história e atualmente após a ação direta de inconstitucionalidade (ADI 4650) que proibiu o financiamento de campanhas por parte de pessoas jurídicas, nos mostra tamanha preocupação do poder judiciário, com base nos eventos ocorridos nas últimas eleições, de evitar com que casos de corrupção ou que uma possível desigualdade venha ter um novo impacto em nossa sociedade nas eleições futuras onde, tal ADI 4650 veio a ser aplicada logo nas eleições municipais de 2016 e em seguida no ano de 2018 onde outras mudanças vieram para agregar ainda mais com tal objetivo de uma melhor transparência quanto ao financiamento de campanhas, possibilitando que o financiamento privado ainda existisse porém apenas para as pessoas físicas, seja esta doação com o limite de 10% dos seus rendimentos brutos no ano anterior a eleição, bem como a doação feita por vaquinhas virtuais permitindo com que a sociedade tenha a possibilidade de participação efetiva na representatividade social e democrática.

Diante disso, foram analisadas as espécies de financiamento de campanhas público e privada e qual a espécie adotada pelo Brasil atualmente, sendo esta mista, porém com a devida mudança por parte da ADI 4650 conforma abordado anteriormente.

E para aprofundar as espécies de financiamento de campanhas, foram esclarecidos alguns pontos favoráveis em cada um deles onde ambos apresentam aspectos positivos e negativos, sendo necessário analisar qual deles melhor se adequa no atual contexto democrático do Brasil.

É inegável que as mudanças que ocorreram no financiamento de campanhas, as doações realizadas por pessoas jurídicas estavam contribuindo diretamente com uma desigualdade entre os candidatos e que a ADI 4650 foi muito importante para as eleições que vieram posteriormente. Mas não pode descartar a possibilidade das pessoas físicas continuarem

contribuindo diretamente para instigar ainda mais a população a ter proximidade com as eleições, mas sem deixar de explorar as principais vantagens da espécie de financiamento pública e adequar esta para que venha também poder ser utilizada da melhor forma.

Portanto, é possível perceber que mesmo após tantas mudanças ainda sim é necessária uma reforma política que possa explorar cada vantagem das respectivas espécies de financiamento de campanhas dada tamanha importância e influência direta no futuro de nosso país. É necessária tal reforma para chegarmos em um sistema eleitoral mais justo e condizente com a democracia brasileira.

Mas nenhuma reforma política pode se iniciar sem antes uma reforma do pensamento político, ou seja, uma reforma ética quanto a questões econômicas e também quanto a educação se fazem necessárias para que estas venham a contribuir com a reforma política.

REFERÊNCIAS:

BLUME, Bruno André. **4 argumentos a favor e contra as doações empresariais em campanhas eleitorais**. 2015. Disponível em: <<https://www.politize.com.br/doacoes-empresariais-argumentos/>>

CAMARGO, Guilherme Pessoa Franco. **O financiamento público exclusivo de campanha: uma chance de liberdade**. 2013. Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/o-tse/escola-judiciaria-eleitoral/publicacoes/revistas-da-eje/artigos/revista-eletronica-eje-n.-5-ano-3/o-financiamento-publico-exclusivo-de-campanha-uma-chance-de-liberdade>>

CERQUEIRA, Thalles Tácito e CERQUEIRA, Camila Albuquerque. **Direito eleitoral Esquemático**. Pedro Lenza. 4ª Edição, 2014. Editora Saraiva.

FERREIRA, Alan Xavier e PASSOS, Matheus Silva. **O Financiamento de Campanha Eleitoral e sua influência na Representação Política**. Editora Vestinik, 2014.

FRANÇA, Pedro. **Financiamento de campanhas: eleições de 2018 terão novidades**. 2018. Disponível em: <<https://www.redebrasilatual.com.br/politica/2018/05/financiamento-campanhas-eleicoes-2018-novidades/>>

GARCIA, Gustavo. **Como fica o financiamento de campanhas após a aprovação da reforma política.** 2018. Disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/noticia/como-fica-o-financiamento-de-campanhas-apos-a-aprovacao-da-reforma-politica.ghtml>>

GOMES, José Jairo. **Direito eleitoral.** 14. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo. Editora Gen/Atlas. 2018.

LUCHETE, Felipe. **STF publica acórdão que proíbe financiamento eleitoral por empresas.** 2016. Disponível em: <<https://www.conjur.com.br/2016-mar-05/stf-publica-acordao-proibe-financiamento-eleitoral-empresas>>

MELO, Karine. **Pela 1ª vez, campanha eleitoral não terá financiamento de empresas.** 2018. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2018-06/pela-1a-vez-campanha-eleitoral-nao-tera-financiamento-de-empresa>>

MOURA, Walber Agra. **Financiamento eleitoral no Brasil.** 2017. Disponível em: <<https://enciclopediajuridica.pucsp.br/verbete/150/edicao-1/financiamento-eleitoral-no-brasil>>.

OLIVEIRA, Gustavo Justino. **O Brasil deve adotar o financiamento público exclusivo de campanhas eleitorais?** 2015. Disponível em: <<https://www.migalhas.com.br/dePeso/16,MI220065,31047-O+Brasil+deve+adotar+o+financiamento+publico+exclusivo+de+campanhas>>

ORZARI, Octavio. **O financiamento público exclusivo de campanhas e listas partidárias preordenadas – O projeto de lei do senado Nº 268/2011 E A PEC Nº 43/2011.** 2013. Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/o-tse/escola-judiciaria-eleitoral/publicacoes/revistas-da-eje/artigos/revista-eletronica-ano-ii-no-5/o-financiamento-publico-exclusivo-de-campanhas-e-listas-partidarias-preordenadas-2013-o-projeto-de-lei-do-senado-no-268-2011-e-a-pec-no-43-2011>>

SARMENTO, Leonardo. **STF definiu sobre financiamentos de campanha! Resolveram o problema? Os dois lados da moeda.** 2015. Disponível em: <<https://leonardosarmento.jusbrasil.com.br/artigos/233443837/stf-definiu-sobre-financiamentos-de-campanha-resolveram-o-problema-os-dois-lados-da-moeda>>

VENTURA, Renato Ribeiro. **Debate sobre financiamento de campanha tem avançado.** 2009. Disponível em: <<https://www.conjur.com.br/2009-mar-09/debate-financiamento-publico-campanha-avancado-pais>>

XAVIER, Luiz Gustavo. **Eleições deste ano trazem novidades no financiamento de campanhas e nas cotas para mulheres.** 2018. Disponível em: <<https://www.camara.leg.br/noticias/543946-eleicoes-deste-ano-trazem-novidades-no-financiamento-de-campanhas-e-nas-cotas-para-mulheres/>>