

Tendências nos financiamentos de campanha eleitoral: um olhar sobre 2024

Antônio Mariano
Philippe Guedon

Resumo

A proibição das doações empresariais às campanhas políticas pelo Supremo Tribunal Federal em 2015 gerou um novo cenário eleitoral no Brasil, impulsionando o uso do Fundo Eleitoral como principal fonte de financiamento. Esta mudança visa reduzir a influência de interesses corporativos, promovendo igualdade entre candidatos, embora apresente desafios como fiscalização rigorosa e transparência na utilização dos recursos. Os candidatos enfrentam adaptações em estratégias de arrecadação e comunicação. A perspectiva de um ambiente político mais democrático depende do compromisso das instituições e da sociedade em garantir a integridade do processo eleitoral, destacando a importância da transparência e participação cidadã.

Abstract

The Supreme Court's ban on corporate donations to political campaigns in 2015 has created a new electoral scenario in Brazil, boosting the use of the Electoral Fund as the main source of funding. This change aims to reduce the influence of corporate interests, promoting equality between candidates, although it presents challenges such as strict supervi-

sion and transparency in the use of resources. Candidates have to adapt their fundraising and communication strategies. The prospect of a more democratic political environment depends on the commitment of institutions and society to guarantee the integrity of the electoral process, highlighting the importance of transparency and citizen participation.

Introdução

Em setembro de 2015, o Supremo Tribunal Federal (STF) proibiu as doações de pessoas jurídicas para campanhas eleitorais, considerando-as inconstitucionais devido à influência desigual que exerciam. Essa decisão gerou mudanças no financiamento político, especialmente nas eleições municipais de 2016, que passaram a depender de doações de pessoas físicas. No entanto, apesar da redução nos gastos das campanhas, a disparidade entre os recursos investidos pelos candidatos eleitos e não eleitos permaneceu notável, indicando que a proibição das doações empresariais não resolveu totalmente o problema da desigualdade no processo eleitoral.

Este artigo tem como objetivo analisar as declarações de gastos e arrecadações de todos os candidatos a Vereador e Prefeito no Rio de Janeiro nas eleições de 2012, 2016 e 2020, antes e depois da proibição das doações empresariais. Espera-se que as mudanças na legislação sobre financiamento eleitoral alterem a dinâmica de arrecadação de recursos, com os partidos políticos se tornando os principais financiadores das campanhas. O artigo está estruturado em três partes: uma revisão bibliográfica, onde serão discutidas literaturas e documentos relevantes sobre o tema e a metodologia utilizada para coletar os dados do Tribunal Regional Eleitoral do Rio de Janeiro (TRE-RJ), incluindo a discriminação dos recursos provenientes de diferentes fontes; e a discussão dos dados à luz da literatura revisada.

Revisão bibliográfica e metodologia

Na década de 1990, estudiosos brasilianistas, críticos da estrutura institucional brasileira, apontaram os incentivos para a in-

dividualização das campanhas eleitorais e da competição devido ao sistema eleitoral de lista aberta e à alta magnitude dos distritos eleitorais (MAINWARING, 1991; AMES, 2001). No entanto, nos anos 2000, o foco dos estudos partidários mudou para a organização interna dos partidos (BRAGA, 2008), reconhecendo a importância dos partidos na seleção de candidatos, estratégias eleitorais e financiamento de campanhas (BOLOGNESI, 2013; RODRIGUES, 2002; CERVI, COSTA, CODATO e PERISSINOTTO, 2015).

A Lei 8.713 de 30 de setembro de 1993 permitiu doações de pessoas jurídicas para campanhas eleitorais, mas foi a partir de 2002 que os estudos sobre financiamento eleitoral ganharam destaque, com a divulgação das prestações de contas pelo Tribunal Superior Eleitoral. Esses estudos se concentraram em três eixos principais: a relação entre gastos e resultados eleitorais, os benefícios para os financiadores e os determinantes do investimento eleitoral (MANCUSO, 2015; SOUSA, 2016).

Pesquisas mostram que candidatos mais financiados têm maior visibilidade e chances de obter votos (SAMUELS, 2001; MARCELINO, 2010). LEMOS, MARCELINO e PEDERIVA (2010) observam que os eleitos gastam em média cinco vezes mais do que os não eleitos, destacando que candidatos do PDMB, PSDB e PFL/DEM investem mais do que PT e PDT. MANCUSO e SPECK (2012) encontraram associação positiva entre financiamento empresarial e desempenho eleitoral. Empresas buscam maximizar ganhos futuros ao investir em candidaturas, muitas vezes utilizando recursos públicos como os do BNDES (CLAESSENS, FEIJEN e LAEVEN, 2008; LAZZARINI, MUSACCHIO, BANDEIRA DE MELO e MARCON, 2011). Estudos mostram que candidatos com mandato e alinhados ideologicamente ao doador são mais financiados (LEMOS, MARCELINO e PEDERIVA, 2010; SAMUELS, 2001).

Variáveis sociais, como ocupação e gênero, também influenciam no financiamento. Candidatos incumbentes e do gênero masculino recebem mais recursos (PERISSINOTTO e MIRÍADE, 2009; SAACHET e SPECK, 2012). Candidaturas femininas são subfinanciadas e têm menos sucesso eleitoral (SCHMOKEL, MENDES, SEVERO e COLVERO, 2016).

Para examinar esses dois períodos eleitorais (antes e depois da proibição), 2012 e 2016 e 2020, compilamos um banco de dados contendo as receitas declaradas de campanha, publicadas pelo Tribunal Regional Eleitoral do Rio de Janeiro, de todos os candidatos a vereador na cidade do Rio de Janeiro, totalizando 1.717 em 2012 (relação de 33,66 candidatos por vaga), 1.606 em 2016 (relação de 31,49 candidatos por vaga) e 1.788 em 2020 (relação de 35,05 candidatos por vaga). Para Prefeito foram 8 em 2012, 11 em 2016 e 14 em 2020. Os candidatos e os partidos são obrigados por lei a declarar todas as receitas e despesas dentro de 72 horas após a entrada e saída dos recursos; portanto, todos os registros foram tabulados e estruturados de acordo com sua origem.

As origens são classificadas pelo Tribunal Superior Eleitoral da seguinte maneira: recursos de pessoas físicas; doações pela internet; recursos de pessoas jurídicas; fundos de partido político; contribuições de outros candidatos/comitês; recursos próprios; aplicações financeiras e recursos de origem não identificada. Essas categorias serão analisadas individualmente para verificar as diferenças de aplicação nos dois contextos eleitorais. Os dados foram agrupados e organizados utilizando o programa estatístico SPSS (Statistical Package for the Social Sciences).

Concorrendo à Prefeitura na cidade do Rio de Janeiro

A presente seção tem como objetivo descortinar as últimas eleições na cidade do Rio de Janeiro em relação ao financiamento eleitoral para vislumbrar possíveis cenários e tendências para a eleição vindoura. Portanto, a seção está dividida em três subseções: a) apresentação do histórico das eleições de Prefeito na cidade; b) discussão do histórico das disputas de vereador; e, por fim, c) cenários possíveis para as eleições de 2024.

Analisando, então, as disputas anteriores, após 2012, é possível identificar que há uma relação significativa entre as receitas de campanha dos candidatos e o número de votos. Conforme relação já demonstrada na ciência política brasileira há anos, como bem mostra o trabalho de

Cervi et al (2015), no caso do Rio de Janeiro são os vencedores dos pleitos de Prefeito que possuem as maiores receitas de campanha.

Em 2012, eleição vencida pelo candidato Eduardo Paes, a disparidade de receitas pode explicar, em parte, a vitória no primeiro turno do candidato que já ocupava o posto desde 2008. O segundo colocado, naquela ocasião, Marcelo Freixo, do PSOL, embora descolado dos demais candidatos, não conseguiu demonstrar competitividade eleitoral naquele momento.

Em 2016, com Eduardo Paes não podendo disputar a eleição, por conta de já ter o segundo mandato, a escolha pela sucessão foi por Pedro Paulo, político de confiança do então Prefeito. Na campanha eleitoral, houve uma forte ênfase na campanha negativa, destacando a desaprovação pessoal do candidato, apesar do apoio partidário e da gestão vigente. Como resultado, ele não avançou para o segundo turno. Nesse sentido, a disputa, que chegou ao segundo turno, demonstrou uma alta competitividade, mudando significativamente o cenário geral de estruturação das próprias campanhas eleitorais. No segundo turno, Marcelo Crivella (PRB), ex-Senador da República, disputou a Prefeitura com Marcelo Freixo, então Deputado Estadual. Conforme é possível observar no gráfico 1, embora competitiva, a campanha novamente do candidato que arrecadou maior soma financeira venceu a eleição.

Na eleição seguinte, em 2020, a disputa esteve concentrada em dois candidatos desde o primeiro turno: o então Prefeito Marcelo Crivella (Republicanos) e o ex-Prefeito, naquele momento, Eduardo Paes (DEM). Os dois candidatos foram para o segundo turno e, naquele momento, Eduardo Paes venceu a eleição com folga, tendo mais de 64% dos votos. Novamente, foi o candidato com mais recursos que venceu a eleição.

É importante mencionar que não é possível identificar se é a maior soma que torna os candidatos mais competitivos ou a sua força eleitoral que incentiva uma maior arrecadação de campanha. No entanto, os dados demonstram que há uma relação entre esses dois aspectos e fato é que, no Rio, pelo menos desde 2012, aqueles que mais gastam para o cargo de Prefeito tem tido êxito nos seus pleitos.

GRÁFICO 1. Receita de campanha x Votos –
Candidatos à Prefeitura do Rio de Janeiro (2012, 2016 e 2020)

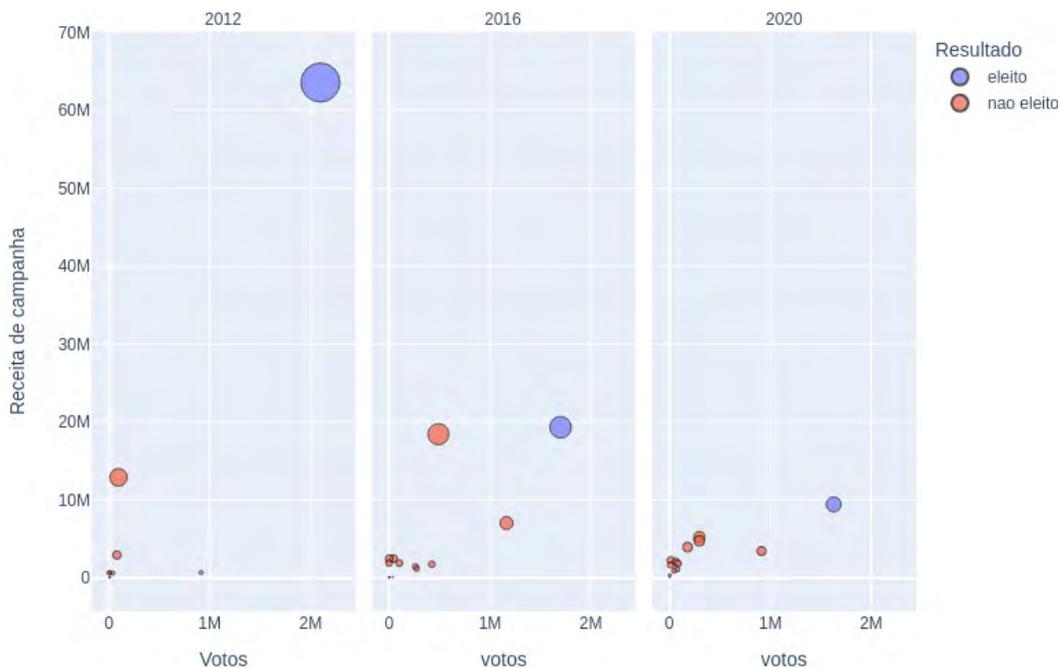
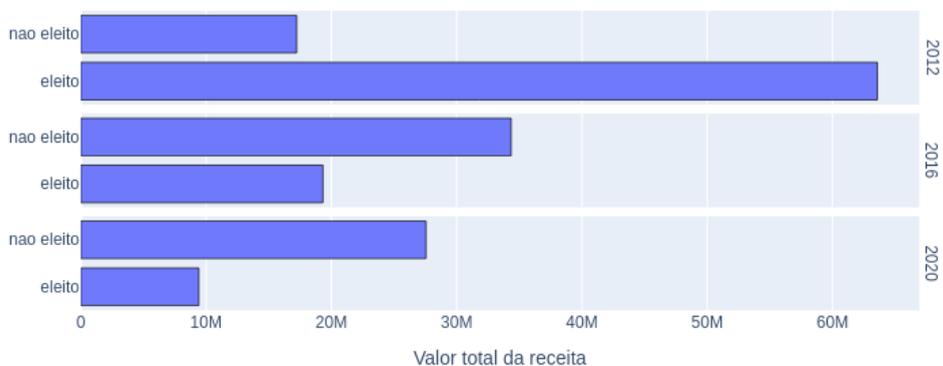


GRÁFICO 2. Receita total de campanha por resultado –
Candidatos à Prefeitura do Rio de Janeiro (2012, 2016 e 2020)

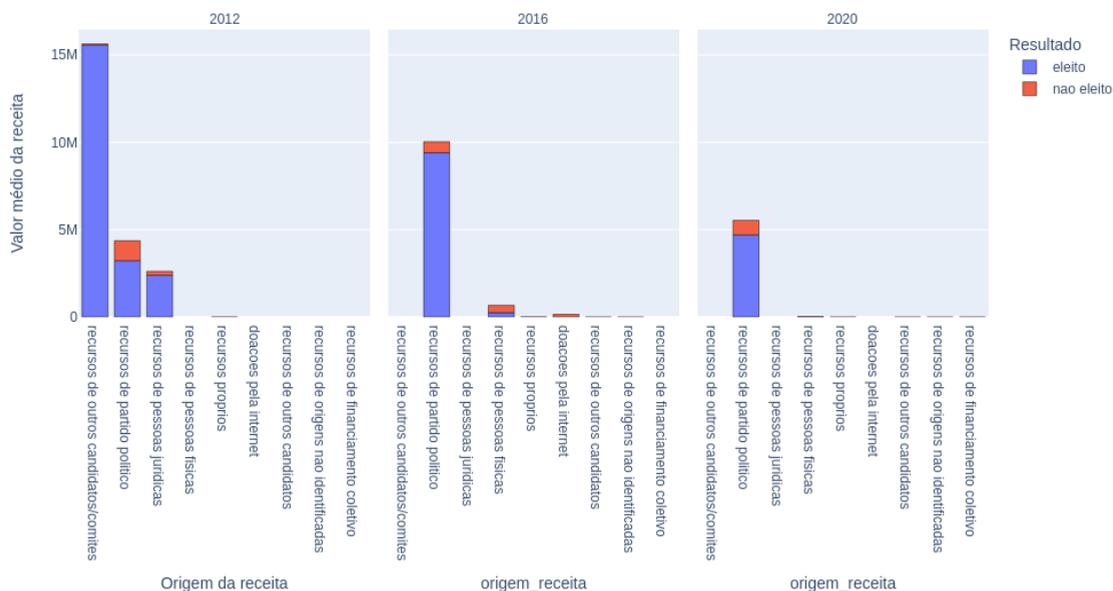


Outro fator que deve ser mencionado é o valor declarado nas campanhas nessas últimas eleições. A eleição de 2012 foi a eleição recente com maior valor declarado de receita nas disputas de Prefeito na cidade do Rio de Janeiro, sendo também alavancada por um cenário de formação de comitês eleitorais e doação de pessoas físicas. Aquela eleição, em 2012, foi a última para o cargo que permitiu essa estrutura, que foram alavancadas com recursos privados. Conforme apontam Guedon e Mariano (2019), após o fim do financiamento privado direto nas campanhas, as eleições mudaram a forma de financiamento, dando um maior peso aos recursos advindos dos partidos políticos e incentivando doações de pessoas físicas, como no caso de financiamentos coletivos e doações privadas com o limite legal imposto sobre a declaração de renda anual do cidadão. Apesar disso, o fim das doações privadas não resultou em uma maior competitividade entre os candidatos. Aqueles que detêm as maiores somas seguem, em regra, sendo os candidatos que, ao final, são eleitos.

Conforme é possível observar no gráfico 3, as eleições após a proibição das doações de pessoas jurídicas e a formação de comitês, os partidos assumem o papel de maiores financiadores eleitorais. Isso também é explicado pelo esforço da classe política em manter as estruturas de campanha robustas tal como no período anterior à proibição, alavancando os fundos públicos que permitiram a manutenção de um volume significativo de receitas.

Outra sinalização importante que deve ser mencionada é a particularidade da eleição de 2016, sobretudo em relação ao financiamento de campanha do então candidato Marcelo Freixo. Ainda que com os recursos partidários compondo a maior parcela dos recursos financeiros da campanha, os recursos individuais de pessoas físicas foram a segunda categoria com maior representação. É tida, inclusive, como um caso de sucesso de mobilização cidadã em relação ao financiamento de campanhas eleitorais, também incentivada pela mudança ainda recente das proibições de doação de pessoas jurídicas e o cenário de desaprovação por parte da opinião pública das relações entre doadores e dotações futuras de benesses do Estado.

GRÁFICO 3. Receita média de campanha por origem e resultado – Candidatos à Prefeitura do Rio de Janeiro (2012, 2016 e 2020)



A competição ao cargo legislativo local: os vereadores cariocas

Em relação ao cargo de Vereador na cidade do Rio de Janeiro a disparidade se mantém. Aqueles com maiores recursos são, em regra, os candidatos com maior sucesso eleitoral. Novamente, embora não seja possível determinar se como causa ou consequência, a relação demonstra que há uma certa dependência dos recursos para alcançar o êxito eleitoral.

No caso do cargo de vereador, a cidade do Rio de Janeiro apresenta um cenário de elevada participação eleitoral em relação ao número de candidatos. Desde 2012, mais de 1500 nomes se colocaram à disposição do eleitor para disputar a eleição no município.

GRÁFICO 4

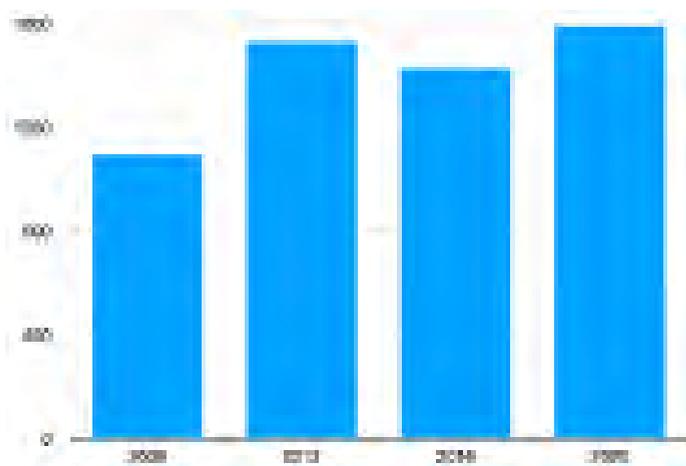


TABELA 1

Ano	Número de candidatos
2008	1.233
2012	1.717
2016	1.606
2020	1.788

Apesar do elevado número de candidaturas, a competitividade está concentrada em um número significativamente menor de candidatos. Conforme demonstram Vilarouca, Freire e Guedon (2022), a formação das nominatas partidárias é operada por lideranças locais com forte controle sobre a lista, criando incentivos e desincentivos a certas candidaturas. Assim como identificou Braga (2008), mesmo no sistema proporcional de lista aberta, como é o nosso, a interpretação das regras institucionais realizada no país permitiu uma organização informal da lista, concentrando recursos caros à competição eleitoral em um grupo menor de candidaturas. Recursos como tempo de rádio e televisão, somas partidárias e exposição junto a candidatos majoritários seriam alguns dos exemplos dessa distribuição desigual.

Os dados apresentados aqui correspondem à eleição de vereador no ano de 2020 no Rio de Janeiro. O gráfico abaixo demonstra que as candidaturas ao cargo apresentam lógica semelhante ao caso majoritário: aqueles que têm maiores receitas estão, em regra, em posição mais confortável em relação ao sucesso eleitoral do que os demais. O Tribunal Superior Eleitoral divide os eleitos em duas categorias: eleitos por QP (quociente partidário) e eleito por média. O primeiro grupo é dos candidatos que têm a sua eleição garantida por um cálculo inicial na distribuição de votos/cadeiras. Logo, é o grupo que possui maior soma de votos. O segundo grupo, eleito por média, tem uma maior dependência dos esforços partidários para a eleição. Embora em nível de resultado não tenha qualquer diferença, a segmentação do TSE ainda permite que verifiquemos que aqueles com maior destaque nas eleições, em termos de voto, foram também aqueles que tiveram uma maior soma de recursos para as suas campanhas eleitorais.

GRÁFICO 5. Receita média de campanha por resultado –
Candidatos a Vereador do Rio de Janeiro (2020)



Assim como nas eleições majoritárias, as candidaturas também apresentam forte dependência dos partidos políticos. Conforme já demonstrado, essa dependência não é só financeira, atingindo também outras áreas, como a visibilidade dos candidatos. Apesar disso, em termos financeiros, é a receita advinda dos recursos de partidos políticos

que dita o tom da competição eleitoral na cidade. É seguido por recursos de pessoas físicas e recursos próprios que também surgem como relevantes na estruturação das campanhas.

GRÁFICO 6. Receita total por origem –
Candidatos a Vereador do Rio de Janeiro (2020)

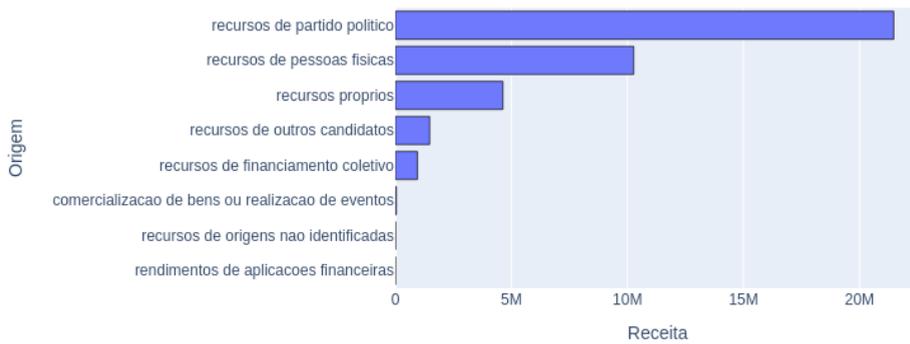
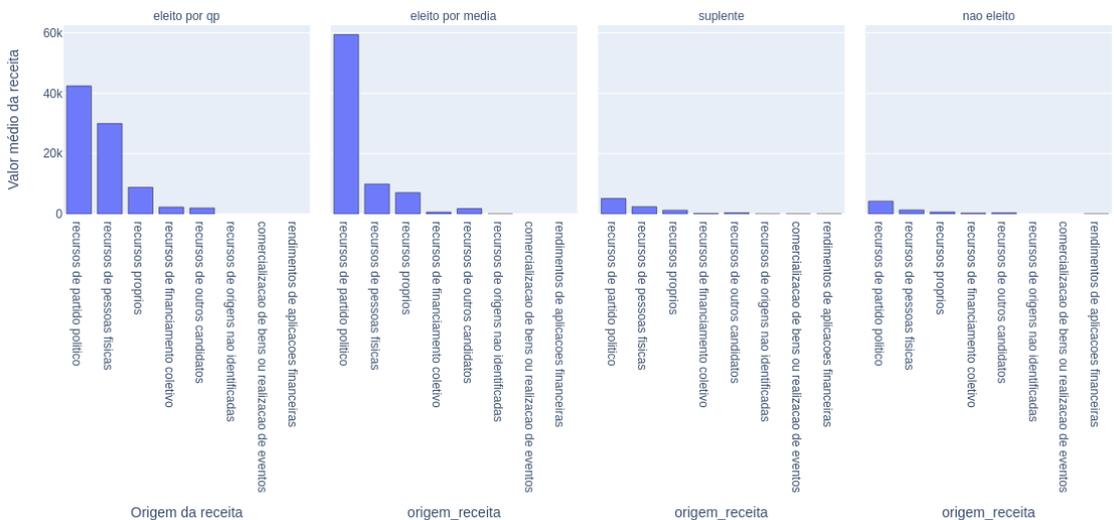


GRÁFICO 7. Receita média de campanha por origem e resultado –
Candidatos a Vereador do Rio de Janeiro (2020)



Por fim, os dados apresentados no gráfico 6 permitem um refino maior nessa argumentação. Os suplentes e não eleitos são grupos que apresentam baixo valor de receita para as suas campanhas, em regra. Além disso, embora os partidos ainda sejam os principais financiadores, o volume de recursos para as suas campanhas são residuais. É comum que os partidos políticos financiem apenas estruturas básicas de campanha, como material gráfico, custos com advogado e contador eleitoral - os dois últimos obrigações legais de existência para os candidatos.

Um olhar para o futuro (breve): as eleições de 2024

Dentro da discussão normativa sobre financiamento de campanhas políticas, discute-se sobre o melhor modelo, seja público, privado ou misto. A despeito dessa discussão, talvez um dos únicos pontos de consenso, é o de que as campanhas políticas chegaram a um nível elevado de volume financeiro dada a profissionalização e a competição política. Dessa forma, um dos pontos que ajudaram a construir a ideia de que deveria dar-se por terminado o modelo de financiamento que incluía as empresas privadas na doação de recursos, é de que as campanhas deveriam ser mais baratas do que o visto atualmente.

Se antes de 2015 a doação privada compunha 12% do total de doações diretas aos candidatos, em 2016 já não pôde existir. Outra diminuição substancial diz respeito aos recursos partidários. Em 2012, a estratégia recorrente das empresas privadas era doar para o partido político, para que este pudesse fazer a divisão entre os candidatos que considerasse mais aptos ao sucesso eleitoral. Já em 2016, com o fim também deste modelo, os partidos apenas tiveram como possibilidade a distribuição do fundo partidário aos candidatos. Dentro do âmbito dos recursos partidários, Horochovski et al. (2016) mostra que essa verba é destinada aos candidatos que melhor se colocam dentro das “estratégias definidas pelas elites partidárias”. Os diretórios, antes da proibição, atuavam como operadores “centrais na intermediação dos recursos” de maneira que permitiam ou contingenciavam o dinheiro doado pelas empresas e

os candidatos. Dado isso, compreende-se melhor a queda na doação dos partidos aos candidatos no pleito analisado. É interessante notar que o modelo de financiamento que ocupa o espaço deixado por esse sistema, foi a doação para campanhas de pessoas físicas. Elas representaram em 2016 mais da metade do montante das doações no ano.

Speck (2016) argumenta que o fim do financiamento empresarial de campanha foi uma solução adotada pela elite jurídica e política brasileira como uma forma de cortar a oferta de financiamento para campanhas políticas, não a demanda. As campanhas seguem profissionalizadas e diante de um cenário de alta competição; logo, os partidos políticos devem procurar novas formas de financiamento. A resposta, nesse momento, foi a maior utilização de pessoas físicas como financiadoras desses custos.

As pessoas físicas no Brasil podem doar até 10% do seu rendimento anual para campanhas eleitorais. Esse limite, contudo, é uma espécie de peculiaridade institucional brasileira, uma vez que, para Bruno W. Reis e para Krause et al. (2015), apenas no Brasil se pratica o limite dessa forma. Segundo o autor, essa forma de limitação dificulta a participação econômica daqueles que detém menor renda e torna os candidatos mais dependentes daqueles que detém maior rendimento anual, os quais podem despende maior volume de recursos em suas campanhas. Argumenta que, apesar de diminuir a dependência de empresas, mantém-se a dependência de grandes financiadores, agora de pessoas físicas. Como não é objetivo do presente artigo, que tem como pretensão apenas o mapeamento preliminar do panorama local de financiamento, os dados devem ser trabalhados de forma a refutar ou a reforçar a percepção de Reis e de Krause et al. (2015).

Conclusão

Além da influência direta do financiamento eleitoral, é importante destacar o papel dos partidos políticos na distribuição e alocação desses recursos. Os dados analisados sugerem que os partidos desempe-

nam um papel crucial na definição das estratégias de campanha, na seleção de candidatos e na distribuição de recursos, o que pode contribuir para a reprodução de padrões de poder estabelecidos. A concentração de recursos nos candidatos considerados mais viáveis eleitoralmente, muitas vezes em detrimento de outros postulantes, pode gerar desequilíbrios e assimetrias no processo democrático, limitando a representatividade e a diversidade de ideias e perspectivas.

Além disso, a análise das últimas eleições revela também um cenário de alta competição política, especialmente no que diz respeito ao cargo de vereador. Apesar do elevado número de candidaturas, a competitividade está concentrada em um número reduzido de postulantes, muitos dos quais são apoiados por estruturas partidárias consolidadas e por lideranças locais influentes. Isso sugere que, mesmo em um sistema proporcional de lista aberta, como é o caso do Brasil, a organização informal das listas pelos partidos políticos pode limitar a pluralidade e a representatividade no Legislativo municipal.

Outro aspecto relevante a ser considerado é o impacto das mudanças legislativas e das restrições legais no financiamento eleitoral. A proibição das doações de pessoas jurídicas e a limitação das doações de pessoas físicas representaram tentativas de coibir práticas de corrupção e de reduzir a influência do poder econômico nas eleições. No entanto, como evidenciado pelos resultados das eleições subsequentes, essas medidas não necessariamente democratizaram o processo eleitoral ou reduziram a dependência dos candidatos em relação aos recursos financeiros. Em vez disso, observa-se uma realocação e adaptação das estratégias de financiamento, com um maior peso dos recursos partidários e das doações individuais dentro dos limites legais estabelecidos.

Diante desse contexto, é fundamental que sejam promovidas iniciativas que visem a transparência, a equidade e a democracia no processo eleitoral. Isso inclui medidas para fortalecer o controle e a fiscalização das finanças de campanha, o estímulo à participação cidadã e o fomento à diversidade e à representatividade política. Somente com o engajamento ativo da sociedade civil, das instituições democráticas e dos pró-

prios atores políticos será possível construir um sistema eleitoral mais justo, transparente e inclusivo, capaz de garantir a efetiva realização dos princípios democráticos e o pleno exercício da cidadania.

Bibliografia

AMES, Barry. **The Deadlock of Democracy in Brazil**. Ann Arbor, Michigan University Press, 2001

BOLOGNESI, Bruno. Caminhos para o poder: a seleção de candidatos a Deputado Federal nas eleições de 2010. Tese de doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciência Política da Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2013.

BRAGA, Maria do Socorro Sousa. “Organizações partidárias e seleção de candidatos no estado de São Paulo”. **Opinião Pública**, Campinas, v. 14, n. 2, p. 454-485, 2008.

CERVI, Emerson; COSTA, Luiz Domingos; CODATO, Adriano; PERISSINOTTO, Renato. Dinheiro, profissão e partido: a vitória da eleição para deputado federal no Brasil em 2010. **Revista Sociedade e Estado**, vol. 30, n. 1, 2015.

CLAESSENS, Stijin.; FEIJEN, Erik; LAEVEN, Luc. “Political Connections and Preferential Access to Finance: The Role of Campaign Contributions”. **Journal of Financial Economics**, 88, pp. 554-580, 2008.

FONSECA, Thiago do Nascimento. Doações de campanha implicam em retornos contratuais futuros? Uma análise dos valores recebidos por empresas antes e após as eleições. **Revista Sociologia e Política**., Curitiba, v. 25, n. 61, p. 31- 49, Mar. 2017.

GUEDON, Philippe e AZEVEDO, José Antônio Perez Rojas Mariano de. Financiando a Vereança: Antes e Depois da Proibição das Doações Empresariais nas Campanhas de 2012 e 2016 no Rio De Janeiro. **Política Hoje**, v.28, n.2, 2019.

HOROCHOVSKI, Rodrigo Rossi et al. Estruturas de poder nas redes de financiamento político nas eleições de 2010 no Brasil. **Opinião Pública**, Campinas, v. 22, n. 1, p. 28-55, Apr. 2016.

KRAUSE, Silvana; REBELLO, Maurício Michel; SILVA, Josimar Gonçalves da. O perfil do financiamento dos partidos brasileiros (2006-2012): autores, objetivos, êxito e fracasso (1988-2010). **Revista Brasileira de Ciência Política**, Brasília, n. 16, p. 247-272, Apr. 2015.

LAZZARINI, Sérgio; MUSACCHIO, Aldo; BANDEIRA DE MELLO, Rodrigo; MARCON, Rosilene. What Do Development Banks Do? Evidence from Brazil, 2002-2009. Harvard Business School, Working Paper n. 12-047. University of Harvard, 2011.

LEE, David. "The Electoral Advantage to Incumbency and Voters Valuation of Politicians experience: a regression discontinuity analysis of close elections". **Working Paper presented in National Burueau of Economic Research**, 2001.

LEMOS, Leany Barreiro; MARCELINO, Daniel.; PEDERIVA, João Henrique. Porque dinheiro importa: a dinâmica das contribuições eleitorais para o Congresso Nacional em 2002 e 2006. **Opinião Pública**, vol. 16, n.2, pp. 366- 393, 2010.

LOPES, Alex Diniz. Financiamento de campanhas eleitorais e empréstimos do BNDES: lobby e interesses privados. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2016.

MAINWARING, Scott. "Politicians, Parties, and Electoral Systems: Brazil in Comparative Perspective". **Comparative Politics**, vol. 24, n. 1, pp. 21-43, 1991.

MANCUSO, Wagner Pralon. Empresas e financiamento de campanhas eleitorais de candidatos a deputado federal pelo estado de São Paulo nas eleições de 2002 e 2006. In: A. Dalla Costa; A.C. Minella; D.B. Gros; J. Mick; (Orgs.). **Desenvolvimento e crise na América Latina: estado, empresas e sociedade**. Curitiba: Editora CRV, 2012.

____. Investimento eleitoral no Brasil: balanço da literatura (2001-2012) e agenda de pesquisa. **Revista Sociologia e Política**, vol. 23, n. 54, 2015.

____; SPECK, Bruno. Financiamento empresarial e desempenho eleitoral no Brasil: um estudo das eleições para deputado federal em 2010. In **VIII Workshop Empresa, Empresários e Sociedade**. Curitiba, 2012.

MARCELINO, Daniel. Sobre dinheiro e eleições: um estudo dos gastos de campanha para o Congresso Nacional em 2002 e 2006. Dissertação de Mestrado apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Ciência Política na Universidade de Brasília, Brasília, 2010.

MAYHEW, David. "Incumbency Advantage in U.S. Presidential Elections: The Historical Record". **Political Science Quarterly**, Vol. 123, n. 2, 2008.

NICOLAU, Jairo. **Sistemas eleitorais**. Rio de Janeiro, Fundação Getulio Vargas Editora, 2004.

PERISSINOTTO, Renato Monseff; MIRIADE, Angel. "Caminhos para o parlamento: candidatos e eleitos nas eleições para deputado federal em 2006". **Revista Dados**, Rio de Janeiro, v. 52, n. 2, p. 301-333, 2009.

RODRIGUES, Leôncio Martins. Partidos, ideologia e composição social: Partidos, ideologia e composição social. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, v. 17, n. 48, p. 31-47, 2002.

SAACHET, Teresa e SPECK, Bruno Wilhelm. "Financiamento eleitoral, representação política e gênero: uma análise das eleições de 2006". **Opinião Pública**, v. 18, n. 1, 2012.

SAMUELS, David. “Money, Elections, and Democracy in Brazil”. **Latin American Politics and Society**, vol. 43, n. 2, pp. 27-48, 2001.

SCHMÖKEL, Fernanda; COLVERO, Ronaldo Bernadino. “Sistema eleitoral, financiamento de campanhas e representação política de mulheres: o caso das eleições de 2014 para a assembleia gaúcha”. **Revista Mais que Amélias**, v. 3, p. 25, 2016.

SOUSA, Daniel Sampaio. Financiamento das campanhas eleitorais no Brasil: o impacto das novas regras na disputa pelas prefeituras das capitais em 2016. Monografia apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciência Política da Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2016.

SPECK, Bruno. Objetivos e estratégias do setor privado no financiamento das campanhas eleitorais: um modelo de análise baseado em dados da campanha eleitoral no Brasil em 2010. In Conferência IPSA-ECPR “Whatever Happened to North-South?”. São Paulo, 2011.

_____. “Game over: duas décadas de financiamento de campanhas com doações de empresas no Brasil”. **Revista de Estudios Brasileños**, vol. 3, n. 4, 2016.

VILAROUCA, Marcio Grijó, FREIRE, Américo Oscar Guichard, GUEDON, Philippe Chaves. O jogo das nominatas nas eleições municipais do Rio de Janeiro. *Opinião Pública*, v.28, n.1, 2022.

Antônio Mariano é cientista político, jornalista, Mestre em Administração Pública pela FGV EBAP, Doutor em História, Política e Bens Culturais e Pós Doutorando pelo FGV CPDOC. E-mail: jarpma@gmail.com

Philippe Guedon é cientista político, historiador, pedagogo, Mestre e Doutor em História, Política e Bens Culturais e Pós Doutorando pelo FGV CPDOC. E-mail: philippe_guedon@hotmail.com