



FACULDADE IRECÊ  
BACHARELADO EM DIREITO

ROBENILTON DA SILVA DOURADO FILHO

**O FINANCIAMENTO DA CAMPANHA ELEITORAL**

IRECÊ

2023

ROBENILTON DA SILVA DOURADO FILHO

O FINANCIAMENTO DA CAMPANHA ELEITORAL

Trabalho de conclusão de curso apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Direito na Faculdade Irecê – FAI, sob a orientação da professora Esp. Julliane Bertoldo Gonçalves Dourado, Especialista em Direito Público, pelo Grupo Educacional Fortium.

IRECÊ

2023

ROBENILTON DA SILVA DOURADO FILHO

O FINANCIAMENTO DA CAMPANHA ELEITORAL

Trabalho de conclusão de curso aprovado como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Direito na Faculdade Irecê – FAI.

BANCA EXAMINADORA

---

Orientadora: Esp. Julliane Bertoldo Gonçalves Dourado  
Especialista em Direito Público, pelo Grupo Educacional Fortium  
Professora da Faculdade de Irecê – FAI

---

Avaliador 01: ALEX VINICIUS NUNES NOVAES MACHADO  
Especialista em Direito Eleitoral pela Faculdade Maurício de Nassau  
Professor da Faculdade de Irecê – FAI

---

Avaliador 02: ÁLVARO AUGUSTO DINIZ QUEIROZ CARVALHO  
Especialista em Ciências Criminais pela Universidade Estácio de Sá  
Professor da Faculdade de Irecê – FAI

Dedico este trabalho em primeiro lugar a Deus, pois sem Ele não teria capacidade para desenvolver este trabalho. Aos meus pais, pois é graças aos seus esforços que hoje posso concluir o meu curso. A minha namorada, que esteve comigo em todo esse percurso, fonte de força para chegar até aqui e aos meus colegas de curso, que assim como eu encerram uma difícil etapa da vida acadêmica.

Agradeço a Deus por ter me mantido na trilha certa durante este projeto de pesquisa com saúde e forças para chegar até o final. Agradeço aos meus pais por todo o esforço investido na minha educação. Agradeço à minha namorada que sempre esteve ao meu lado durante o meu percurso acadêmico, sou grato pela confiança depositada em meu trabalho pela professora Julliane Bertoldo Gonçalves Dourado, orientadora do meu trabalho, obrigado por me manter motivado durante todo o processo. Por último, quero agradecer também à Faculdade Irecê - FAI e todo o seu corpo docente.

"O saber a gente aprende com os mestres e com os livros. A sabedoria, se aprende é com a vida e com os humildes"

Cora Coralina

## O FINANCIAMENTO DA CAMPANHA ELEITORAL

Robenilton da Silva Dourado Filho<sup>1</sup>  
Julliane Bertoldo Gonçalves Dourado<sup>2</sup>

### RESUMO

O objetivo deste trabalho é analisar o sistema de financiamento de campanha eleitoral no Brasil, destacando os principais controles usados e suas chaves para a democracia e a transparência política. Para tanto, foi realizada uma pesquisa bibliográfica e documental sobre o tema, bem como uma análise de dados sobre a distribuição de recursos entre os partidos políticos e candidatos nas eleições recentes. Os resultados da pesquisa apontam para a complexidade do sistema de financiamento de campanha eleitoral no Brasil, com diversos mecanismos e fontes de recursos, que apresentam desafios para a transparência e a supervisão. Além disso, há uma grande desigualdade na distribuição desses recursos entre os partidos e candidatos, o que pode comprometer a igualdade de oportunidades na disputa eleitoral. Diante desse contexto, o estudo propõe algumas recomendações para aperfeiçoar o sistema de financiamento de campanha eleitoral no Brasil, tais como a redução da dependência de recursos privados, o fortalecimento da transparência e do controle social sobre as doações eleitorais, e a busca por modelos alternativos de financiamento, como o financiamento público exclusivo de campanhas.

**Palavras-chave:** Democracia; Disputa Eleitoral; Financiamento de campanha eleitoral; Fontes de recursos.

### ABSTRACT

The objective of this work is to analyze the electoral campaign financing system in Brazil, highlighting the main controls used and their keys to democracy and political transparency. To this end, a bibliographical and documentary research on the subject was carried out, as well as an analysis of data on the distribution of resources between political parties and candidates in recent elections. The survey results point to the complexity of the electoral campaign financing system in Brazil, with several mechanisms and sources of funds, which present challenges for transparency and supervision. In addition, there is great inequality in the distribution of these resources between parties and candidates, which can compromise equal opportunities in the electoral dispute. Given this context, the study proposes some recommendations to improve the electoral campaign financing system in Brazil, such as reducing dependence on private resources, strengthening transparency and social control over electoral donations, and the search for alternative models. financing, such as exclusive public financing of campaigns.

**Keywords:** Democracy; Electoral Dispute; Financing of electoral campaigns; Resource sources.

---

<sup>1</sup> Graduando no Curso de Direito na Faculdade Irecê – FAI, E-mail: robeniltdourado@hotmail.com.

<sup>2</sup> Professora da Faculdade de Irecê – FAI Especialista em Direito Público, pelo Grupo Educacional Fortium.

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

FEFC – Fundo Especial de Financiamento de Campanha

STF - Supremo Tribunal Federal

TSE - Tribunal Superior Eleitoral



## SUMÁRIO

<b>1. Introdução.....</b>	<b>10</b>
<b>2. Metodologia.....</b>	<b>11</b>
2.1 Caracterização da pesquisa.....	11
2.2 Classificação da pesquisa.....	11
2.3 Delimitação da pesquisa.....	11
2.4 Técnicas e instrumentos de coleta e análise dos dados.....	12
<b>3. Financiamento de campanha eleitoral.....</b>	<b>12</b>
3.1 Conceitos.....	12
3.2 Contexto histórico.....	12
<b>4. Financiamento de campanha eleitoral – outros países da América Latina.....</b>	<b>13</b>
<b>5. Financiamento de campanha eleitoral no Brasil.....</b>	<b>14</b>
5.1 As Legislações sobre financiamento de campanha eleitoral no Brasil e suas atualizações.	14
5.2 Principais tipos de financiamentos de campanha.....	15
5.3 Financiamento público.....	16
5.3.1 Vantagens e desvantagens do financiamento público .....	16
5.4 Financiamento privado.....	18
5.4.1 Vantagens e desvantagens do financiamento privado.....	18
5.5 Financiamento misto.....	20
5.6 Reforma política com enfoque no financiamento de campanha.....	22
<b>6. Resultados e discussões.....</b>	<b>25</b>
<b>7. Considerações finais .....</b>	<b>28</b>
<b>8. Referências.....</b>	<b>29</b>

## 1. INTRODUÇÃO

O financiamento de campanha eleitoral é um tema extremamente relevante, que está sendo cada dia mais discutido no cenário político brasileiro e mundial. A forma como a campanha eleitoral é financiada pode influenciar diretamente a qualidade do processo democrático, além de impactar nas decisões e políticas implementadas pelos governantes eleitos.

No ano de 2013, o Brasil testemunhou uma série de manifestações populares em todo o país. A população saiu às ruas em grande número, mobilizada tanto presencialmente quanto pelo meio das redes sociais. O objetivo era chamar a atenção dos governantes e da sociedade em geral para a necessidade urgente de ampliar os direitos sociais. Esses protestos deixaram claro o esgotamento do modelo político vigente.

O financiamento da campanha eleitoral é caracterizado pela grande influência de seu capital nos resultados das eleições, pois o dinheiro exerce grande influência no pleito eleitoral, gerando consequências como a desigualdade de oportunidades entre os candidatos, o abuso de poder econômico nas eleições, corrupção, caixa dois, e até favorecimento de seus doadores, dentre outros. Esses temas são tratados neste trabalho com a intenção de analisar qual seria o melhor tipo de financiamento no processo eleitoral brasileiro.

Após uma análise abrangente dos modelos de financiamento de campanha eleitoral existentes em todo o mundo e considerando os contextos históricos relevantes, é importante destacar sua aplicação específica no contexto do estado brasileiro. Embora seja amplamente tolerado que os partidos políticos e seus afiliados arrecadem grandes quantias de dinheiro, é fundamental examinar os prós e contras de cada tipo de financiamento discutido. É de suma importância levar em consideração os escândalos e o desprestígio enfrentado por políticos e seus partidos, bem como as estatísticas que corroboram os argumentos apresentados. O objetivo é encontrar a melhor para demanda, bem como garantir a democracia como pilar da sociedade.

No Brasil, o financiamento da campanha eleitoral sofreu mudanças significativas nos últimos anos, a exemplo em 2015, o Supremo Tribunal Federal (STF) proibiu o financiamento de campanha eleitoral por empresas, o que gerou uma série de debates e reformulações nas regras eleitorais.

Com a proibição do financiamento empresarial, foram criados novos mecanismos de financiamento, um exemplo é o Fundo Especial de Financiamento de Campanha (FEFC) e o *crowdfunding* eleitoral, surgindo nesse sentido vários questionamentos sobre a necessidade de

uma reforma política mais ampla, que contemplasse não apenas o financiamento de campanha, mas também outros aspectos relevantes para o fortalecimento da democracia.

Nesse contexto, o objetivo deste trabalho é analisar o financiamento da campanha eleitoral no Brasil, suas transformações recentes e seus impactos no processo democrático. Para tanto, serão utilizadas fontes bibliográficas e dados oficiais.

## **2. METODOLOGIA**

### **2.1 Caracterização da pesquisa**

A pesquisa em questão é caracterizada como um estudo de natureza explicativa, busca ir além da descrição e fornecer explicações sobre os fenômenos investigados, identificando as causas e os mecanismos que os sustentam. Ela contribui para o avanço do conhecimento científico ao fornecer uma compreensão mais completa e aprofundada dos fenômenos estudados. A abordagem utilizada é mista, buscando obter uma compreensão mais aprofundada e abrangente do tema financiamento de campanha eleitoral. A pesquisa foi conduzida por meio de levantamento de dados, permitindo a coleta de informações relevantes e a análise dos resultados obtidos.

### **2.2 Classificação da pesquisa**

A pesquisa é classificada como exploratória, desempenhando um papel fundamental na familiarização e no estudo inicial do tema. O objetivo é fornecer informações que tornem o objeto da pesquisa mais compreensível, bem como facilitar a formulação de hipóteses, tendo em vista, que busca saber qual o tipo de financiamento é mais vantajoso para ser utilizado nas eleições. Esse tipo de pesquisa permite ao pesquisador selecionar os métodos mais apropriados para o estudo, a fim de lidar com as demandas específicas que requerem uma atenção significativa.

### **2.3 Delimitação da pesquisa**

A pesquisa tem um escopo delimitado, concentrando-se especificamente no estudo do financiamento de campanha eleitoral. Essa delimitação é fundamental para direcionar o estudo e obter resultados mais precisos e relevantes dentro do contexto definido. Além disso, é

importante reconhecer que existem limitações adicionais que podem afetar a amplitude e profundidade da pesquisa, como restrições de recursos e acesso a dados.

#### 2.4 Técnicas e instrumentos de coleta e análise dos dados

Em relação aos procedimentos técnicos, a pesquisa adota a abordagem bibliográfica, utilizando materiais diversos e outras pesquisas como fontes de referência. Em particular, são explorados sites, livros e artigos científicos que fornecem uma base sólida para a condução da pesquisa. Esses meios são selecionados devido à sua confiabilidade e ao vasto conteúdo disponível que aborda o tema escolhido. Ao recorrer a essas fontes, é possível obter uma ampla gama de conceitos, fundamentos, argumentos e conhecimentos diversos relacionados ao assunto em questão.

### **3. FINANCIAMENTO DE CAMPANHA ELEITORAL**

#### 3.1 Conceitos

O financiamento de campanha eleitoral refere-se aos recursos financeiros utilizados pelos candidatos e partidos políticos para realizarem suas campanhas eleitorais, onde inclui despesas com publicidade, eventos e materiais de campanhas. Sendo um aspecto fundamental da política eleitoral, uma vez que a capacidade de angariar recursos pode influenciar diretamente o resultado das eleições.

Segundo o doutrinador Celso Antônio Bandeira de Mello, o financiamento de campanha é um dos aspectos centrais do processo democrático, pois é por meio dele que se torna possível a realização de uma campanha eleitoral ampla e democrática. Bandeira de Mello ressalta que o financiamento das campanhas eleitorais tem o potencial de comprometer a integridade do processo eleitoral, pois pode resultar em uma influência independente de interesses privados sobre o resultado das eleições.

Além disso, o doutrinador ressalta a importância de garantir a transparência e a equidade no financiamento da campanha a fim de garantir que todos os candidatos tenham as mesmas oportunidades de competir eleitoralmente. Nesse sentido, é essencial que haja regras claras, efetivas para a arrecadação e a utilização dos recursos financeiros, bem como mecanismos de fiscalização e punição para aqueles que desrespeitarem tais regras. (MELLO, Celso Antônio

Bandeira de. Financiamento de campanha: aspectos gerais e seu tratamento jurídico. Revista de Direito Eleitoral, v. 4, n. 14, p. 19-35, out./dez. 2005).

### 3.2 Contexto Histórico

O financiamento de campanha eleitoral no Brasil é marcado por uma longa tradição de influência do poder econômico sobre as eleições. Durante muitas décadas, as empresas faziam doações para candidatos e partidos políticos como forma de obter vantagens em contratos e negociações com o poder público. Essa prática foi intensificada durante o regime militar (1964-1985), quando as eleições eram controladas e manipuladas pelo governo.

Com a redemocratização do país na década de 1980, foram criadas leis no intuito de coibir o financiamento ilegal de campanha, mas a influência do poder econômico continuou sendo uma realidade nas eleições brasileiras. Em 2015, após anos de denúncias de corrupção envolvendo empresas e políticos, o Supremo Tribunal Federal (STF) proibiu as doações de empresas para campanhas eleitorais.

Atualmente, o Brasil adota o financiamento público e o financiamento por pessoas físicas como principais formas de financiamento das campanhas eleitorais. O financiamento público é proveniente do Fundo Especial de Financiamento de Campanha (FEFC) e do Fundo Partidário, enquanto o financiamento por pessoas físicas pode ser feito por meio de doações diretas ou de financiamento coletivo que são comumente conhecidas como as vaquinhas eleitorais.

A seguir, apresenta-se um trecho da obra de Diogo Rais e Rogério Alvarez, advogados juristas especializados em Direito Eleitoral, que abordam a questão do financiamento de campanhas eleitorais:

O financiamento de campanha é um tema que sempre esteve presente nas discussões eleitorais e ganha ainda mais importância com a proibição das doações empresariais, em 2015. A partir de então, o financiamento passou a depender exclusivamente de recursos públicos e doações de pessoas físicas. A justificativa para a proibição das doações empresariais é a de que, na prática, elas funcionavam como uma forma de corrupção, na qual as empresas financiavam campanhas em troca de favores políticos. Com a proibição, a ideia é tornar o processo eleitoral mais justo e evitar a influência do poder econômico sobre as eleições. (RAIS, Diogo; ALVAREZ, Rogério. Direito Eleitoral. São Paulo: Saraiva, 2020, p. 247)

## **4. FINANCIAMENTO DA CAMPANHA ELEITORAL – OUTROS PAÍSES DA AMÉRICA LATINA**

Ao examinar os países da América Latina, observamos uma diversidade de modelos de financiamento de campanhas eleitorais. Entre eles, destacam-se:

- Na Colômbia, por exemplo, as doações por pessoas físicas são limitadas a um teto de 2,5% (dois virgula cinco porcentos) do salário mínimo;
- No Chile, as empresas podem fazer doações, mas apenas para partidos políticos e não para candidatos individuais;
- No Uruguai, o financiamento público é a principal forma de financiamento de campanha, com limites de gastos para cada candidato ou partido político;
- Na Argentina, o financiamento das campanhas políticas é regulamentado pela Lei de Financiamento de Partidos Políticos, promulgada em 2009. Essa lei estabelece regras para a arrecadação e uso de fundos por partidos políticos e candidatos durante as campanhas eleitorais. Segundo a lei argentina, os partidos políticos e os candidatos podem receber doações de empresas, sindicatos, organizações sem fins lucrativos e indivíduos. No entanto, as doações de empresas estão limitadas a um percentual máximo de 2% do total de gastos permitidos para cada campanha. Além disso, as empresas estrangeiras não podem doar para campanhas políticas argentinas. Os partidos políticos e candidatos também são obrigados a divulgar publicamente as doações recebidas, bem como os gastos realizados durante as campanhas eleitorais. Essa transparência é importante para garantir a lisura do processo eleitoral e prevenir a corrupção.

É importante ressaltar que, apesar da regulamentação existente, ainda há desafios relacionados ao financiamento de políticas de campanha na Argentina e em outros países da América Latina. Muitas vezes, as regras não são suficientes para garantir que o processo seja justo e democrático, e a influência do dinheiro na política pode ser um obstáculo para a representação adequada dos interesses da população.

## **5.FINANCIAMENTO DE CAMPANHA ELEITORAL NO BRASIL**

### **5.1 As Legislações Sobre Financiamento de Campanha Eleitoral no Brasil e suas Atualizações**

No Brasil, a legislação atual que trata do financiamento de campanha eleitoral é a Lei nº 9.504/1997, que como objetivo principal estabelece normas para dar andamento ao processo eleitoral. Com o passar do tempo, os legisladores perceberam a importância para a democracia e essa lei foi alterada pela Lei nº 13.165/2015 e dois anos depois pela Lei nº 13.488/2017.

A seguir, destaca-se alguns pontos relevantes decorrentes das alterações legislativas, que visam aprimorar o sistema eleitoral brasileiro. Vamos analisá-los:

- **Proibição de doações de empresas:** Desde 2015, as empresas estão proibidas de fazer doações para campanhas eleitorais;
- **Teto de gastos:** A Lei nº 13.488/2017 estabeleceu limites para os gastos de campanha. Para as eleições de 2022, o teto de gastos variou de acordo com o cargo disputado e o número de eleitores do município;
- **Financiamento público de campanha:** O financiamento público de campanha é uma opção para os partidos e candidatos. Os recursos são provenientes do Fundo Especial de Financiamento de Campanha (FEFC) e do Fundo Partidário. Para as eleições de 2022, o valor do FEFC é de R\$ 5,7 bilhões;
- **Financiamento coletivo:** Os candidatos também podem receber doações de pessoas físicas por meio de financiamento coletivo, conhecido como "vaquinha eleitoral". Cada doador pode contribuir com até 10% do seu rendimento bruto no ano anterior à eleição;
- **Prestação de contas:** Os partidos e candidatos são obrigados a prestar contas de todos os gastos e doações recebidas durante a campanha. As contas são analisadas pela Justiça Eleitoral e podem ser rejeitadas caso haja irregularidades.

É importante lembrar que as regras de financiamento de campanha podem ser alteradas a cada eleição, de acordo com decisões do Congresso Nacional e do Tribunal Superior Eleitoral (TSE).

## 5.2 Principais Tipos de Financiamentos de Campanha

O financiamento de campanha eleitoral é utilizado para cobrir todas as despesas dos candidatos e partidos políticos. Existem vários tipos de financiamentos, como o público, o privado, o misto e o financiamento coletivo, também conhecido como *crowdfunding*.

Antes da retenção do financiamento empresarial em 2015, no Brasil predominavam os seguintes tipos de financiamento para campanhas eleitorais:

- **Financiamento empresarial:** Empresas, grupos econômicos e corporações podiam doar recursos financeiros diretamente para campanhas eleitorais, seja por meio de doações individuais, seja por meio de doações feitas por pessoas jurídicas;
- **Doações de pessoas físicas:** Pessoas físicas também podiam fazer doações diretamente para campanhas eleitorais. Essas doações eram limitadas a um determinado valor máximo, estabelecido pela legislação eleitoral;
- **Recursos próprios:** Candidatos podiam usar recursos financeiros próprios para financiar suas campanhas eleitorais, incluindo recursos provenientes de seus próprios negócios, investimentos e patrimônio pessoal.

Após a interrupção do financiamento empresarial em 2015, experimentaram novos interruptores de financiamento de campanha eleitoral, que incluem:

- **Fundo Especial de Financiamento de Campanha (FEFC):** O FEFC é um fundo público destinado a financiar as campanhas eleitorais. Os recursos do fundo são distribuídos

entre os partidos políticos de acordo com uma fórmula estabelecida pela legislação eleitoral, levando em consideração a representação dos partidos no Congresso Nacional;

- Doações de pessoas físicas: Após a proibição do financiamento empresarial, as doações de pessoas físicas se tornaram ainda mais importantes para o financiamento de campanhas eleitorais. O valor máximo das doações individuais foi mantido, mas agora somente pessoas físicas podem fazer doações;
- *Crowdfunding* eleitoral: O *crowdfunding* eleitoral permite que candidatos arrecadem recursos financeiros por meio de plataformas digitais de financiamento coletivo. Os doadores podem contribuir com pequenas quantias em dinheiro, tornando o financiamento de campanha mais democrático e acessível.

### 5.3 FINANCIAMENTO PÚBLICO

Após a segunda guerra mundial as constituições incorporaram os partidos políticos como instituições fundamentais da democracia, o financiamento público tem como características a adoção dos recursos públicos, oriundos de fundos partidários conforme a Lei n.º 9.096/1995 que garante os custeios às campanhas.

A discussão sobre o vínculo entre o financiamento de campanha eleitoral e a corrupção no setor público se tornou um tema relevante no contexto do regime representativo brasileiro a partir dos anos 90. Desde então, como mencionado acima, essa questão adquiriu uma importância ainda maior na legislação brasileira e nas ações de justiça eleitoral. Isso ocorreu devido ao monitoramento dos recursos destinados às campanhas, com restrições tanto em relação aos valores quanto às formas legítimas de contribuição.

A ampliação da própria liberdade de disputa entre projetos divergentes, decorrente de abertura ao regime autoritário, torna-se os pleitos eleitorais competitivos e mais caros, de um lado os gastos excessivos e do outro a capacidade dispor das distintas forças políticas para recolher contribuições privadas.

O financiamento público apresenta diversas vantagens, como a redução da corrupção, uma vez que os candidatos não ficam dependentes de favores de investidores privados. Isso possibilitaria o fim do uso da caixa dois e/ou lavagem de dinheiro nas campanhas, promovendo transparência e proporcionalidade no processo democrático. Além disso, o financiamento público estabelece condições igualitárias para todos os partidos, valorizando o interesse público em detrimento do privado e incentivando uma atuação ética, desestimulando práticas desleais e a infidelidade partidária.



O financiamento público exclusivo pode atuar como agente moralizador educativo de longo prazo, desestimulando a utilização de dinheiro de origem ilícita nas campanhas. Assim sendo, os partidos passam a ter maior enraizamento com o Estado (o garantidor de seu funcionamento) e a receber recursos provenientes deste.

### **5.3.1 As Vantagens e Desvantagens do Financiamento Público**

O diagnóstico revela a preocupante interferência do capital nas eleições, algo que afeta toda a sociedade. O chamado lobby eleitoral é uma prática comum nesse contexto, em que grupos financiadores investem em campanhas políticas que, frequentemente, envolvem montantes milionários. Em contrapartida, esses financiadores recebem concessões de favores em licitações e até mesmo na distribuição de verbas orçamentárias, fortalecendo assim uma cultura de troca de favores.

O fortalecimento dos partidos é essencial para que haja democracia, portanto, defende-se que o partido tendo o financiamento público como alicerce, tornaria um sustentáculo para gerir suas despesas e gastos eleitorais, sem depender das doações privadas, e assim, fortaleceria a entidade partidária, tanto quanto fortaleceria o exercício da democracia como porta de acesso a toda a sociedade na vida política, porém, existe quem defenda o argumento que a adoção exclusiva ao financiamento público provocaria uma espécie de estatização dos partidos políticos, tendo o estado o seu domínio na íntegra, o que abalaria a essência da democracia participativa, ferramenta para tal ter sua própria independência.

Inicialmente, o custeio das políticas de campanha foi realizado por meio de financiamento público. No entanto, constatou-se que essa medida não conseguiu impedir o uso da caixa dois, como evidenciado em diversas situações ao redor do mundo, incluindo exemplos da Alemanha, Estados Unidos e outros países mencionados por Daniel Zovatto (2005, p. 63) em seu estudo sobre o financiamento de partidos políticos e campanhas eleitorais na América Latina.

Na América Latina, casos de financiamento público geraram numerosas crises que colocaram em situações-limite vários presidentes, com Fernando Collor de Mello no Brasil, Carlos Andrés Pérez na Venezuela, Jamil Mahuad no Equador, Arnoldo Alemán na Nicarágua e Alfonso Portillo na Guatemala. Paralelamente, em um bom número de países, o dinheiro proveniente do crime organizado e de atividades ilícitas, como o narcotráfico, teve um peso relevante no financiamento das campanhas, como foi o caso da de Ernesto Samper, na Colômbia.

Dessa forma, o entendimento reforça a constatação de que o financiamento público de campanha. Na prática, não constitui uma garantia efetiva para impedir a continuidade de práticas ilegais, tais como a inserção de recursos ilícitos nos cofres dos partidos políticos e em seus comitês. Essas práticas podem ocorrer por meio de estratégias como contas bancárias no exterior, triangulação de fundos ou uso de caixa dois.

Por fim necessário ressaltar um ponto relevante da discussão, que diz respeito a adoção do financiamento público exclusivo de campanha, qual seria a fonte de custeio para qual e se iria ocorrer redução de recursos em outras áreas. Estas indagações são muito importantes para o momento em que a economia mundial vive principalmente ao referirmos ao Brasil e demais países da América Latina.

#### **5.4. FINANCIAMENTO PRIVADO**

É o modelo mais antigo de financiamento de campanha, caracterizado pela adoção de recursos privados. Esses recursos são provenientes de doações financeiras de origem privada, tanto de pessoas físicas como jurídicas, além do uso de recursos próprios pelos candidatos. Os recursos podem ser obtidos por meio da distribuição de bens ou da realização de eventos com o objetivo de angariar fundos para a campanha. As doações podem ser feitas de diferentes formas, como cheque cruzado e nominal, transferência bancária, boletos, cartão de crédito, bens e serviços avaliados em dinheiro, depósitos devidamente identificados, entre outras possibilidades.

O tipo de financiamento privado é o mais antigo entre os métodos de captação de recursos pelos partidos políticos, conforme demonstrado no histórico apresentado anteriormente. Esse envolve, principalmente, a contribuição dos filiados, doações de pessoas físicas ou jurídicas, bem como recursos provenientes do próprio candidato para sua campanha eleitoral. Trazendo consigo argumentos em relação à natureza dos partidos políticos, que são associações privadas de participação voluntária. Dessa forma, os filiados e simpatizantes não apenas demonstram solidariedade ao levantar recursos, mas também têm o dever de contribuir com o partido conforme consideram necessário para seu fortalecimento.

##### **5.4.1. Vantagens e Desvantagens do Financiamento Privado**

O financiamento privado na campanha eleitoral brasileira possui vantagens e desvantagens que devem ser analisadas. Entre as vantagens, destaca-se a liberdade de escolha

dos candidatos e partidos para buscar recursos junto a empresas, indivíduos e organizações de sua preferência. Isso permite uma maior autonomia na definição de estratégias financeiras, além de possibilitar a busca de apoio de setores e grupos específicos que compartilham de suas ideias e interesses.

Outra vantagem do financiamento privado é o estímulo à participação. Os doadores individuais podem se sentir mais envolvidos e ter a sensação de contribuir para as causas e candidatos que apoiam. Isso fortalece a democracia participativa, incentivando o engajamento cívico e a participação direta dos cidadãos no processo político.

Além disso, o financiamento privado oferece agilidade e eficiência durante a campanha eleitoral. Os candidatos têm maior flexibilidade para gerir seus recursos, o que resulta em respostas mais rápidas às demandas eleitorais. Isso possibilita uma condução mais eficiente das atividades de campanha, garantindo um melhor aproveitamento dos recursos disponíveis.

Por outro lado, o financiamento privado apresenta desvantagens significativas. Uma delas é a desigualdade de recursos entre os candidatos. Aqueles com maior poder econômico têm mais facilidade para obter financiamento, o que gera uma vantagem desproporcional em relação aos competidores com menos recursos financeiros. Essa desigualdade compromete a igualdade de oportunidades na disputa eleitoral e pode levar a distorções no resultado final das eleições.

Outra desvantagem é o risco de corrupção e influência indevida. O financiamento privado abre espaço para práticas corruptas, onde os interesses financeiros dos doadores podem interferir nas decisões políticas e comprometer a representatividade e a imparcialidade dos eleitos. Essa influência indevida coloca em xeque a integridade do sistema político e prejudica a confiança da sociedade nas instituições.

Além disso, o financiamento privado muitas vezes é marcado pela opacidade e falta de transparência. A origem dos recursos pode ser difícil de rastrear, o que dificulta a identificação de potenciais conflitos de interesse. Essa falta de transparência compromete a prestação de contas e mina a confiança da sociedade no sistema político como um todo.

Segundo seus defensores, este tipo de financiamento é o mais viável desde que, tais doações sejam efetuadas em tramites legais. Alguns países como a Alemanha incentivam esse tipo de financiamento.

Daniel Zovatto (2005, p. 2), comprova em seu artigo a importância do financiamento privado, desde que este seja aplicado de maneira correta, para que haja transparência do financiamento político:

Como já observamos, não há dúvida de que o financiamento privado constitui um recurso legítimo e necessário para os partidos políticos. Entre as suas virtudes cabe destacar que ajuda os partidos a afinar suas pontes de contato com a sociedade, e a melhorar a eficiência na gestão de seus orçamentos. Por seu turno, o tráfico de influências, a captura da agenda do Estado e os escândalos de corrupção política, todos os riscos associados ao financiamento privado, determinaram que a maioria dos países (78%) introduzisse proibições quanto a sua origem e alguns impusessem limites em relação aos seus montantes. Somente Colômbia, El Salvador, Panamá e Uruguai não estabelecem limitação alguma nessa matéria. Em geral, através do estabelecimento dessas barreiras ou restrições às contribuições privadas, procura-se evitar grandes desequilíbrios ou assimetrias nos cofres dos partidos; diminuir a magnitude das contribuições “plutocráticas” e a consequente influência indevida das “fáticas” ou de instituições e grupos a vinculação dos partidos e instituições e políticas públicas; assim como impedir a vinculação dos partidos e candidatos com dinheiro proveniente de atividades ilícitas, particularmente do narcotráfico.

A Suprema Corte dos Estados Unidos, recentemente, liberou os investimentos dos financiamentos privados para grandes empresas. Agora, as empresas poderão destinar recursos diretamente a um determinado candidato, sem precisar doar aos comitês e partidos, e também sem limites de valores. Essa decisão gerou grande discussão entre os políticos locais, tornando-se mesmo assim um exemplo de adoção de financiamento privado.

## **5.5. FINANCIAMENTO MISTO**

O sistema misto, de acordo com a Constituição Federal de 1988 (art. 17) e a Lei Orgânica dos Partidos Políticos (LOPP, art. 44, III), permite a utilização de recursos públicos provenientes do fundo partidário. Além disso, esse sistema garante a gratuidade do horário destinado à propaganda eleitoral no rádio e na televisão, conforme estabelecido no artigo 23 da lei das eleições. Vale ressaltar que as emissoras têm direito à compensação fiscal.

O financiamento misto é caracterizado pela junção do financiamento público com o privado. Os recursos particulares e públicos são utilizados pelos partidos políticos para o custeio da campanha eleitoral.

Para Daniel Zovatto, (2005, p. 2), é o melhor tipo de financiamento para ser adotado, segundo o autor, cerca de 90% (noventa por cento) dos países da América Latina, com exceção apenas da Venezuela, adotam o financiamento misto. Semelhante entendimento da autora Delia Ferreira Rubio (2005, p 5- 15), onde afirma que o financiamento misto é o mais adequado para ser adotado, da seguinte maneira:

A nosso ver, o mais aconselhável é estabelecer um sistema misto, que inclua o financiamento público e o privado. O primeiro, com base em critérios de distribuição que combinem os princípios de igualdade e proporcionalidade com algum elemento objetivo de enraizamento dos partidos na sociedade (votos, bancadas parlamentares, fundos arrecadados, etc.) O segundo, regulando de maneira a garantir a transparência sobre o montante, a origem e o destino dos recursos recebidos, com as limitações que sejam oportunas segundo as condições de cada país. Num país onde se realiza campanha política de dois em dois anos, torna-se inviável a realização de financiamento exclusivo de campanha. Os gastos são excessivos, inviabilizando o financiamento público, e, por esse motivo, deve-se haver um freio em relação ao financiamento privado, com regras proibitórias.

Estes dois tipos de financiamento têm como diferença a origem do dinheiro e possuem pontos positivos e negativos, como especificado anteriormente. Então, o melhor a ser feito, é proporcionar a junção do financiamento público com o privado, sendo que estes sejam compostos por fatores positivos de ambos.

Dessa forma, haveria um maior controle na captação e utilização de recursos, evitando que o governo seja responsável pelo financiamento das campanhas, enquanto milhares de pessoas vivem abaixo da linha da pobreza. Nesse contexto, a contribuição do financiamento privado para preservar os recursos públicos torna-se de suma importância. Por outro lado, o financiamento público poderia beneficiar os partidos menores, que têm dificuldade em arrecadar fundos para custear suas campanhas eleitorais.

Os dois tipos de financiamento também possuem pontos negativos e positivos, no caso do público, há favorecimento de quem está no poder e no privado pesa-se a troca de favores com os financiadores das campanhas de seus candidatos.

É fundamental aprimorar a fiscalização e a transparência no controle dos recursos, garantindo que não ocorra benefício indevido a terceiros. Essa fiscalização deve começar pelos cidadãos, que devem cobrar a prestação de contas transparente e a divulgação dos recursos e gastos. No entanto, para que isso ocorra, é necessário que haja uma sociedade com conscientização política e educação adequada, capaz de cumprir essa proposta. Nesse sentido, uma maior conscientização por parte da sociedade resultaria em uma cobrança mais efetiva, contribuindo para a diminuição dos problemas. Entretanto, é importante ressaltar que a maioria da sociedade brasileira ainda carece desse discernimento e da educação necessária para exercer esse papel de forma plena.

O fundo partidário, juntamente com a propaganda gratuita e as doações privadas podem ser comparadas a uma balança equilibrada. O financiamento público e privado, utilizados de

maneira correta e absorvendo suas características benéficas, proporciona a melhor maneira de se adotar o tipo de financiamento eleitoral do país.

Não é por acaso que a maioria dos países na América Latina e no mundo opta por esse tipo de financiamento. Um exemplo frequentemente citado é a Alemanha, que combina o financiamento público e privado sem estabelecer limites para ambos. Essa é uma característica distintiva do financiamento misto, que é amplamente adotado por muitos países.

O financiamento misto, que envolve a combinação simultânea de recursos públicos e privados para o financiamento partidário, tornou-se uma prática comum nas constituições promulgadas após a Segunda Guerra Mundial. Com exceção da Venezuela, que aboliu o financiamento público de campanhas em 1999, os demais países da América Latina aderiram ao sistema misto de financiamento.

Esse financiamento tem a vantagem de manter a aproximação da militância, filiados, simpatizantes e da própria sociedade aos partidos, além disso, mantém a autonomia dos partidos em relação ao Estado, sem perder o caráter público de representação do “povo”, em razão dos aportes estatais como parte da fonte financiadora.

Sendo assim, é notável que a maioria das democracias adote esse modelo de financiamento, muitas vezes como uma maneira de buscar incorporar apenas os aspectos positivos dos diferentes modelos existentes. Essa abordagem é amplamente discutida na literatura sobre financiamento de campanhas eleitorais, como apontado no artigo (Direito & Justiça, Porto Alegre, v. 40, n. 1, p. 106-119, jan./jun. 2014).

Entretanto, sabemos que os prejuízos são inerentes a qualquer sistema que se opte, sendo possível apenas amenização, mas não abolição dos malefícios. O financiamento no Brasil hoje, ainda segue o modelo misto de financiamento.

A Lei dos Partidos Políticos define o Fundo Partidário como provedor do financiamento público. No art. 1º da Lei nº 11.459, de 21 de março de 2007, estabelece uma parcela de 5% do Fundo a ser distribuído igualmente a todos os partidos registrados no TSE, e 95% do total distribuídos proporcionalmente ao número de votos obtidos nas últimas eleições para Câmara dos Deputados.

Ademais, permite doações privadas, oriundas de pessoas físicas ou jurídicas, às campanhas, conforme dispõe o art. 20 da Lei nº 9.504/1977.

## **5.6. REFORMA POLÍTICA COM ENFOQUE NO FINANCIAMENTO DE CAMPANHA**

A reforma política é um processo profundo que mexe com as raízes mais arraigadas de um regime nacional. No contexto histórico da política brasileira, observamos uma série de mudanças, porém é importante ressaltar que nem todas as alterações no roteiro político do país podem ser consideradas como uma verdadeira reforma.

Existem negociações que maquiam a realidade, criando uma aparência de mudança sem que haja de fato uma transformação significativa. Além disso, a história política brasileira é marcada por uma série de casos de corrupção que não foram devidamente punidos, o que gera uma sensação de impunidade e diminuição em relação a novas reformas políticas.

Nesse sentido, percebe-se que a participação popular é fundamental para exigir mudanças nos rumores políticos do país, principalmente em momentos especiais da história. Por outro lado, é evidente a grande lacuna que ainda existe entre o povo e as próprias decisões que, teoricamente, deveriam ser tomadas de forma democrática. Nesse sentido, é importante promover mudanças de mentalidade e costumes, uma vez que muitas atitudes arbitrárias são sustentadas pela persistente cultura do nepotismo, exclusão e privilégio, baseada na experiência do poder e dos favores.

No que diz respeito às tentativas de reforma, existem diversos obstáculos a serem enfrentados. Ao analisar a população brasileira envolvida nesse problema, observa-se que, na maioria das vezes, são evidentes iniciativas ineficazes ou até mesmo uma falta de ação, devido à falta de acesso claro e acessível às informações necessárias para aprimorar o discernimento político.

As conflituosas relações entre dinheiro e política têm gerado várias discussões a respeito da realização de uma reforma política, que surgiram a partir do momento que os princípios basilares da democracia estavam sendo constantemente desrespeitados pela classe política, passando então a ser um tema corriqueiro no cenário político, e na sociedade brasileira, sim, é evidente a necessidade de uma reforma política urgente. Essa reforma é essencial para que as decisões do país possam ser alteradas com o objetivo de melhorar os direitos de todos os cidadãos, independentemente de sua classe social.

No entanto, é natural que surja receio por parte de todos os envolvidos quando se discute mudanças. Ao abordar a reforma política, imediatamente surge a ideia de reforma eleitoral, tanto na legislação quanto nos partidos, esse tema vai além e abrange o próprio Estado, a cultura política, o processo de tomada de decisões e a reforma do poder e de como ele é exercido.

Nesse contexto, os princípios fundamentais da democracia desempenham um papel crucial, destacando-se a igualdade, a diversidade, a justiça, a liberdade, a participação, a

transparência e o controle social. Todos esses princípios são essenciais e não se colocam contra ninguém, mas sim em prol do fortalecimento da democracia.

A sociedade encontra-se desacreditada diante do cenário político, o que resulta no afastamento dos cidadãos em relação às bases partidárias e eleitorais. A constante veiculação de casos de corrupção pela mídia contribui para o aumento da desconfiança por parte da população em geral.

Segundo Delia Ferreira Rubio (2005, p 5-15), o “Latino barômetro”, pesquisa de opinião pública que abrange 18 países da América latina (organizada pela ONG Corporation latino barômetro com sede em Santiago do Chile), em 2004, realizou-se uma pesquisa que mostrava a porcentagem de confiança da população em relação a determinadas instituições como: Igreja, Bancos, Governo, Televisão, Poder judiciário, etc...) e os partidos políticos junto com o Governo lideram essa desconfiança entre a população. E um dos fatores que determina esse nível de desconfiança está exatamente a corrupção e os escândalos que cada dia surgem no cenário político. Em seu artigo financiamento de partidos e campanhas, Delia (2005, p 5-15) diz o seguinte:

Essa pesquisa de opinião formulou a seguinte pergunta para mais de 22 mil pessoas em 44 países: “Se você tivesse uma varinha mágica e com ela pudesse eliminar a corrupção de uma das seguintes instituições, qual escolheria primeiro?”. Em 33 países – entre os quais Argentina, Bolívia, Colômbia, Costa Rica, Guatemala, Panamá e República Dominicana – os partidos políticos foram à instituição mais mencionada como primeira opção. Na edição de 2004 da pesquisa, os partidos mantiveram a posição de instituição mais corrupta. Numa escala de um a cinco quanto à percepção da corrupção – “nada corrupto” a “extremamente corrupto” -, eles receberam uma média geral de quatro pontos. Nos países do Cone Sul, abrangidos pela pesquisa, os partidos foram classificados com índices mais altos – 4,5 pontos na Argentina e no Brasil e 4,3 no Uruguai – e também figuraram como a instituição percebida como a mais corrupta. Em pesquisa de opinião realizada para o Fórum Econômico Mundial em 2004, a imagem de desonestidade dos políticos registrou um índice de 63% na média mundial, ao passo que na América Latina esse índice foi de 87%, o mais alto entre todas as regiões do mundo. Nesse contexto, percebe-se que na América Latina e, conseqüentemente no Brasil, as instituições denominadas partidos políticos estão totalmente desprivilegiados devido aos escândalos e à corrupção que assola o país. É preciso, portanto que se coloque em prática uma reforma política com o intuito de mudar esse quadro para que essa reforma possa representar o início de uma sociedade mais ética, democrática e menos tolerante com a corrupção, para que os corruptos não fiquem impunes, ilesos. Uma das maiores dúvidas existentes é de como iniciar a reforma política.

A doutrina e a maioria dos políticos buscam defender uma mudança no sistema representativo para que o povo participe mais ativamente das questões políticas efetivas, tais como as que abrangem a sua reforma: Financiamento de campanhas eleitorais, o combate a



corrupção e ao abuso de poder econômico, evitando a ligação entre os financiadores e o candidato ora beneficiado, fazendo com que a diferença de gastos seja menos dispare em relação aos outros candidatos, soluções que deveriam ser tomadas de imediato.

Assim, percebe-se que, diante de todo esse fato, as causas para que os partidos políticos percam a credibilidade e confiança são altas, colocando a democracia sob suspeita, como foi relatado quase que diariamente na mídia mundial. Por isso há realmente a necessidade de se fazer uma reforma política, para que todos os partidos voltem a ter a credibilidade necessária diante dos meios de comunicação e da população em geral e que, cada vez mais, o sistema eleitoral seja isonômico e democrático.

Em 2021, o Brasil não passou por uma reforma política ampla, mas houve alguns avanços e discussões importantes nessa área, o Senado Federal aceitou um projeto de lei que alteram regras eleitorais, incluindo mudanças nas regras de prestação de contas de campanha, na utilização do Fundo Partidário e no sistema eleitoral para a escolha de deputados federais e estaduais. O projeto ainda precisa ser aprovado pela Câmara dos Deputados e sancionado pelo presidente para se tornar lei.

Além disso, em março de 2021, o Supremo Tribunal Federal (STF) decidiu que a anulação de condenações do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva na Operação Lava Jato o tornava elegível para concorrer nas eleições de 2022.

Outra discussão relevante em 2021 foi sobre a possibilidade de implementação de um sistema de voto impresso nas eleições brasileiras. A proposta, defendida pelo presidente Jair Bolsonaro e seus aliados, encontrou resistência em outros setores da sociedade, que argumentaram que o sistema atual é seguro e confiável. Em resumo, embora não tenha passado por uma reforma política completa em 2021, houve discussões importantes sobre mudanças nas regras eleitorais e no sistema político brasileiro.

## **6. RESULTADOS E DISCUSSÕES**

### **6.1. Financiamento de Campanhas Eleitorais no Brasil: Regras, Vantagens, Desvantagens e Implicações do Imposto de Renda**

O financiamento de campanhas eleitorais desempenha um papel importante no sistema político brasileiro, afetando diretamente o processo democrático e a igualdade de oportunidades entre os candidatos. Neste tópico, serão apresentadas as regras de financiamento estabelecidas

na legislação eleitoral brasileira, as vantagens e desvantagens da adoção de diferentes modelos de financiamento e uma análise sobre a aplicação do Imposto de Renda no financiamento de campanhas eleitorais.

## **6.2. Regras de Financiamento de Campanhas Eleitorais na Legislação Brasileira:**

A legislação eleitoral brasileira estabelece normas específicas para o financiamento de campanhas, visando garantir a transparência, a lisura e a igualdade no processo eleitoral.

Algumas das principais regras são:

- A partir de uma decisão do Supremo Tribunal Federal (STF), é vedado o financiamento de campanhas eleitorais por pessoas jurídicas, com o objetivo de evitar a influência desproporcional do poder econômico no processo político.
- Financiamento por pessoas físicas: Os candidatos podem receber doações de pessoas físicas, desde que respeitem os limites estabelecidos pela legislação. Essas doações devem ser feitas por meio de transferência eletrônica identificada, permitindo o rastreamento dos recursos.
- Fundo Especial de Financiamento de Campanha (FEFC): Criado em 2017, o FEFC consiste em recursos públicos destinados ao financiamento das campanhas eleitorais. Os valores são definidos pelo Congresso Nacional e distribuídos entre os partidos políticos, considerando critérios como a representatividade parlamentar.

## **6.3. Vantagens e Desvantagens do Financiamento Público, Privado ou Misto:**

Existem diferentes modelos de financiamento de campanhas eleitorais, cada um com suas vantagens e desvantagens. A seguir, apresentaremos algumas considerações sobre cada um deles:

### **6.3.1. Financiamento Público**

Destaca-se algumas vantagens: Redução da influência do poder econômico: Ao financiar as campanhas com recursos públicos, busca-se diminuir a influência de interesses particulares no processo eleitoral.

Maior igualdade de oportunidades: O financiamento público pode contribuir para que candidatos com menos recursos financeiros tenham condições equitativas de participar das eleições.

Por outro lado, existe algumas desvantagens: Uso inadequado de recursos: Há o risco de má utilização dos recursos públicos destinados às campanhas, podendo ocorrer desperdícios ou desvios de verbas.

Pressão sobre o orçamento público: A alocação de recursos para o financiamento de campanhas eleitorais pode impactar as contas públicas, competindo com outras áreas de investimento.

### **6.3.2. Financiamento Privado**

As vantagens desse tipo de financiamento é a liberdade de contribuição, que permite que pessoas físicas e empresas apoiem candidatos ou partidos de sua escolha, exercendo sua liberdade de expressão política e participação cívica. Outra vantagem é estímulo à responsabilidade dos candidatos, assim precisam conquistar doações voluntárias, o que pode incentivar uma maior responsabilidade e prestação de contas.

As desvantagens é a desigualdade de recursos, tendo em vista que o financiamento privado pode criar disparidades entre os candidatos, favorecendo aqueles com maior poder econômico e limitando a competitividade dos demais. Outra desvantagem é o risco de corrupção, pois, existe a possibilidade de que empresas ou indivíduos façam doações em busca de favores políticos ou acesso privilegiado, abrindo espaço para práticas corruptas.

### **6.3.3. Financiamento Misto**

Algumas propostas defendem a combinação de financiamento público e privado, buscando equilibrar as vantagens e desvantagens dos dois modelos. Nesse caso, é necessário encontrar um ponto de equilíbrio que minimize a influência indevida e desigualdade de recursos, ao mesmo tempo em que promova a participação cívica e a responsabilidade dos candidatos.

## **6.4. Implicações do Imposto de Renda no Financiamento de Campanha Eleitoral**

A aplicação do Imposto de Renda no financiamento de campanhas eleitorais tem sido objeto de discussão. Alguns pontos a serem considerados são:

- **Dedutibilidade de doações:** Uma possibilidade seria permitir que as doações feitas para campanhas eleitorais sejam dedutíveis do Imposto de Renda do doador, incentivando a participação e contribuição financeira dos cidadãos.
- **Limites e regulamentação:** Seria necessário estabelecer limites para a dedutibilidade das doações e regulamentar a forma como essa dedução seria realizada, evitando abusos e garantindo a transparência.

- Fiscalização e prestação de contas: É fundamental garantir uma fiscalização rigorosa das doações e das despesas de campanha, a fim de evitar a sonegação de impostos e as irregularidades no financiamento.

## 7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O financiamento de campanha eleitoral é um tema complexo e controverso no Brasil, tendo sido objeto de diversas mudanças legislativas nos últimos anos. As eleições de 2014 foram marcadas pela proibição do financiamento empresarial de campanhas eleitorais pelo Supremo Tribunal Federal (STF), o que gerou uma grande discussão sobre as possibilidades de financiamento das campanhas eleitorais.

Dentre as possibilidades de financiamento de campanha no Brasil, destacam-se o financiamento público, o financiamento privado, o financiamento misto e o financiamento coletivo (*crowdfunding*). O financiamento público é aquele em que os recursos para a campanha são provenientes do Tesouro Nacional, ou seja, do dinheiro público. Esse modelo garante que todos os candidatos tenham as mesmas condições financeiras para disputar as eleições, o que diminui a influência do poder econômico nas eleições. Além disso, o financiamento público permite que os eleitores tenham mais informações sobre a origem dos recursos utilizados pelos candidatos.

O financiamento privado, por sua vez, é aquele em que os recursos para a campanha são provenientes de empresas, pessoas físicas ou entidades de classe. Esse modelo é criticado por permitir que os candidatos fiquem mais suscetíveis a pressões e influências dos doadores, que podem exigir contrapartidas caso o candidato seja eleito. Além disso, o financiamento privado favorece os candidatos com maior poder econômico, o que pode gerar desigualdades na disputa eleitoral.

O financiamento misto é uma opção que combina recursos públicos e privados. Nesse modelo, uma parte dos recursos da campanha é proveniente do Tesouro Nacional e outra parte é proveniente de doações de pessoas físicas e empresas. Esse modelo tenta equilibrar os interesses públicos e privados na campanha eleitoral, mas ainda assim pode gerar desigualdades entre os candidatos.

Por fim, o financiamento coletivo, ou *crowdfunding*, é uma alternativa recente que tem como objetivo arrecadar recursos para a campanha por meio de doações de eleitores. Essa modalidade é considerada uma forma de financiamento democrático, que permite que os eleitores participem ativamente da campanha de seus candidatos. No entanto, o financiamento

coletivo ainda é pouco utilizado no Brasil e apresenta alguns desafios em relação à regulamentação e transparência das doações.

Diante desse cenário, é possível concluir que o financiamento público exclusivo é o modelo mais adequado para as eleições brasileiras. Esse modelo garante a igualdade de oportunidades entre os candidatos, diminui a influência do poder econômico nas eleições e permite que os eleitores tenham mais informações sobre a origem dos recursos utilizados pelos candidatos.

## 8. REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Alberto Carlos. **O Voto do Brasileiro**. nº 1ª edição. Rio de Janeiro: Editora Record, 2018.

BRASIL. TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. Financiamento dos partidos e campanhas eleitorais. Disponível em: < <https://www.tse.jus.br/o-tse/escola-judiciaria-eleitoral/publicacoes/revistas-da-eje/artigos/revista-eletronica-eje-n.-4-ano-3/financiamento-dos-partidos-e-campanhas-eleitorais> >. Acesso em: 21 set. 2022.

BACELAR.C.Vinicius, '' Apud'' 2014.15 f. Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado em Direito) Unifacs 2014 Acesso internet em : 13 dez. 2022

BONAVIDES, Paulo. Curso de Direito Constitucional. 7ª ed. São Paulo: Malheiros. 1997.

BRASIL, Lei nº 12. 034, de 29 de setembro de 2009. Disponível em: < [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2009/lei/112034.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2009/lei/112034.htm)> Acesso em: 12 dez. 2022.

\_\_\_\_\_ Lei nº 9. 096, de 19 de setembro de 1995. Disponível em: < [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L9096.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9096.htm)> Acesso em: 12 dez. 2022.

\_\_\_\_\_ Lei nº 9. 504, de 30 de setembro de 1997. Disponível em: < [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L9504.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9504.htm)> Acesso em: 11 dez. 2022.

COSTA, Elcias Ferreira. Fontes do Direito Eleitoral. 2ª ed. Rio de Janeiro: 1989.

COTRIM, Gilberto. História para o Ensino Médio – Brasil e Geral. 5ª ed. São Paulo: Saraiva, 2004.

HERNÁNDEZ, M. P. Financiamiento de los partidos políticos. Replanteamiento y estudio comparado en Iberoamérica. 2003. Trabalho apresentado no VIII Congresso Iberoamericano de Direito Constitucional, Sevilha, Espanha, dezembro 2003. Disponível em: <<http://www.uc3m.es/uc3m/dpto/PU/dppu02/bib.htm>>. Acesso em: 12 dez. 2022.

LIMA, Martoniomont'alverne Barreto. A democracia da atualidade e seus limites: o financiamento público de campanhas eleitorais. Disponível em: <<http://www.mundojuridico.adv.br>>. Acesso em 13 dez. 2022.

MONTEIRO, Marco Antônio Corrêa. Os Partidos Políticos e o Fenômeno da Corrupção Eleitoral. Revista Brasileira de Direito Constitucional, RBD7C, n. 8, jul./dez. 2006.

PERTENCE, Sepúlveda. Discurso: II Seminário dos Tribunais e organismos eleitorais. Disponível em: <<http://www.justicaeleitoral.jus.br/arquivos/tre-pr-revista-parana-eleitoral-n052-2004-sepulveda-pertence>> Acesso em: 13 dez. 2022.

RAMAYANA, Marcos. Direito Eleitoral. Editora Insetos, São Paulo: 2002.

RAMAYANA, Marcos. Resumo de Direito Eleitoral. Editora Impetus. São Paulo: 2010.

RUBIO, Delia Ferreira. Financiamento de Partidos e Campanhas. Novos Estudos, CEPRAB, p. 5-15, nov. 2005.

VELLOSO, Carlos Mário da Silva; ROCHA, Cármen Lúcia Antunes. Direito Eleitoral. Belo Horizonte: Del Rey 1996.

ZOVATTO, Daniel. Financiamento dos partidos e campanhas eleitorais na América Latina: uma análise comparada. OPINIÃO PÚBLICA, Campinas, vol. 11, nº 2, p. 287336, out. 2005.

BRASIL. Lei 9840/99 (lei contra a compra de votos). Disponível em: <<http://www.mcce.org.br/leis/lei-984099-lei-contra-a-compra-de-votos>>. Acesso em 02 nov. 2022.