

FINANCIAMENTO DE CAMPANHAS EM DISPUTAS MUNICIPAIS: UMA ANÁLISE COMPARATIVA DAS DOAÇÕES A CANDIDATOS A VEREADOR DE CURITIBA EM 2008 E 2012

Bruno Fernando da Silva⁹
Emerson Urizzi Cervi¹⁰

RESUMO:

O trabalho apresenta uma análise empírica sobre os padrões de doações de campanha a candidatos a vereador em duas eleições em Curitiba: 2008 e 2012. Trata-se de uma análise comparativa para testar que características dos candidatos ajudam a entender as variações das receitas declaradas pelos concorrentes. O objetivo é verificar se a condição do candidato, novato ou à reeleição; se a posição do candidato, se em partido do governo ou opositor; e o desempenho do candidato, se eleito ou derrotado, ajudam a entender a capacidade de arrecadação de recursos financeiros pelos concorrentes. Portanto, trata-se de um estudo sobre finanças de campanha e não sobre desempenho eleitoral. A hipótese é que candidatos à reeleição têm melhores condições financeiras do que os demais, independentemente de serem da oposição ou não. Comparamos duas eleições municipais para verificar se os padrões das finanças de campanha se alteraram no período ou se mantiveram estáveis.

Palavras-chave: Financiamento de Campanha; Candidatos a vereador; Curitiba; 2008; 2012

INTRODUÇÃO

O artigo insere-se na linha de análise de financiamento eleitoral, propondo-se a verificar que características têm maior impacto sobre o financiamento de campanhas de candidatos a vereador. Nosso objeto empírico é o conjunto de declarações de doações de campanha a candidatos a vereador de Curitiba (capital

9 Mestrando em Ciência Política pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). Possui graduação em Ciência Política pelo Centro Universitário Internacional Uninter (2013). E-mail: b.fernando91@gmail.com

10 Professor adjunto do Departamento de Ciências Sociais, da pós-graduação em Ciência Política e da pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná (UFPR). Possui doutorado em Ciência Política pelo Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro - IUPERJ (2006). E-mail: eucervi@ufpr.br

do Paraná) em duas eleições, a de 2008 e de 2012. Na primeira eleição analisada aqui, 612 candidatos a vereador disputaram 38 vagas na câmara municipal e prestaram contas ao final da campanha ao Tribunal Superior Eleitoral (TSE). Em 2012, o número dos que disputaram as mesmas 38 vagas e que prestaram contas ao TRE caiu para 610. Esses 1.222 candidatos nas duas eleições são o objeto empírico de análise do trabalho.

Um objetivo do artigo é ampliar os estudos de financiamento de campanha, bastante desenvolvidos para disputas legislativas nacionais (câmara de deputados) e estaduais (assembleias legislativas) para o nível municipal, pois ainda é reduzido o número de pesquisas sobre financiamento de campanhas de vereadores. Outro objetivo é verificar que características dos candidatos explicam mais as variações de receitas declaradas e se essas explicações mantêm-se ou variam entre as eleições de 2008 e 2012. Portanto, trata-se de uma análise comparativa.

São usadas aqui três variáveis explicativas para as variações de receitas dos candidatos. Duas chamadas de antecedentes, ou seja, que ocorreram antes do início da campanha e, por consequência, das doações; e uma posterior, que se dá após o encerramento das disputas. As antecedentes são: i) "posição", indicando qual o posição do partido do candidato em relação ao governo municipal, se pertencente à base do governo ou se da oposição; ii) "condição", se o candidato está disputando a reeleição ou se é concorrente novato, não ocupante de vaga na câmara municipal no ano da eleição. A variável posterior é "resultado", se o candidato foi ou não eleito na disputa. Com isso, pretendemos verificar quais dessas características estão mais relacionadas ao volume de receitas da campanha. Não pretendemos indicar causalidades aqui, pois isso não seria possível, dado que uma das explicativas é posterior à campanha e as outras duas, anteriores. Também não faremos relações entre volume de recursos financeiros nas campanhas e volume de votos obtidos, o que é objeto para outros trabalhos. Estamos preocupados em entender como determinadas características dos candidatos estão relacionadas com a capacidade de obtenção de doações para suas campanhas. A análise desenvolvida aqui também desconsidera possíveis variações entre candidatos de diferentes partidos. Todos são agrupados em relação à condição de disputa, posição em relação ao governo municipal e resultado final da eleição.

Nossa hipótese é a de que entre as variáveis antecedentes, o fato de já ser vereador e candidato à reeleição tem mais força na explicação das diferenças de

receitas do que o fato de pertencer a partido do governo. Isso porque o vereador teve contato direto com a comunidade nos quatro anos que antecederam a disputa e nesse período colocou-se como representante das demandas de segmentos da sociedade. Além disso, os bem-sucedidos na campanha tenderão a ser os que tiveram mais doações do que os derrotados, seguindo o que já vem sendo apontado pela literatura da área (LEMOS, MARCELINO & PEDERIVA, 2010; SPECK & MANCUSO, 2012).

A partir daqui o artigo divide-se em três partes. A seguir apresentamos as principais características do ponto em que se encontram as pesquisas na área de financiamento político e de campanhas. O tópico seguinte apresenta os dados empíricos e os testes. As relações entre receitas de campanha e variáveis explicativas serão testadas em duas etapas. Na primeira, isoladamente, com o teste t de diferenças de médias de amostras independentes e na segunda, em conjunto, através do uso da regressão linear. Por fim são apresentadas as conclusões a que se pode chegar sobre o financiamento de campanhas de vereador de Curitiba entre 2008 e 2012.

DISCUSSÃO CONCEITUAL

É sabido que a execução do regime democrático em uma ordem capitalista produz inúmeras diferenças entre os indivíduos, inclusive em capital econômico, político e social. (DAHL, 2009). Assim, ao tratarmos das desigualdades das receitas eleitorais em campanhas políticas, não é apenas a desigualdade econômica que interferirá sobre os gastos de um candidato, mas também as diferentes capacidades de atrair recursos privados, partidários e dos indivíduos comuns. Desta forma, torna-se inerente a competição política que os candidatos que concorrem aos cargos políticos tenham recursos desiguais à sua disposição para investirem em suas campanhas (PRZEWORSKI, 1994).

Com a crise de legitimidade que vigora atualmente sobre os partidos políticos e parlamentos na América Latina (RUBIO, 2005), passou-se a aumentar as preocupações relacionadas à legislação que contempla o sistema eleitoral e partidário. Assim, uma área que até então vinha sendo pouco explorada pelos pesquisadores da Ciência Política brasileira, como o financiamento das campanhas eleitorais, passa a compor a agenda de pesquisa de forma mais aparente.

Complementar a esta explicação é o argumento de REIS (2011), que nota um fato específico que motivou o aumento dos trabalhos na área, a saber, a proposta de adoção ao modelo exclusivamente público de financiamento eleitoral, proposto pela comissão especial para reforma política, da Câmara dos Deputados, no ano de 2003. Pela preocupação com a possível adoção de tal modelo de financiamento eleitoral, houve uma produção relevante de artigos e demais trabalhos com apontamentos positivos e negativos da proposta. Tais trabalhos, contudo, ainda não deixaram de ser “especulações intuitivamente sensatas” (REIS, 2011, p. 4)

MANCUSO (2012a), ao realizar um balanço da literatura brasileira a respeito do financiamento eleitoral, mostra que, somente após 2005, é que tem-se um maior interesse pela elaboração de trabalhos empíricos sobre o tema. Antes disso, dos trabalhos analisados pelo autor, apenas quatro haviam se dedicado ao estudo das receitas e gastos eleitorais dos candidatos.

Vimos até agora um breve relato sobre o estado da arte em relação ao financiamento eleitoral no Brasil. Antes de seguirmos com os estudos empíricos recentes sobre o financiamento de campanhas, apresentaremos alguns aspectos da legislação que rege o tema nos dias de hoje.

Atualmente, todo o candidato que tem sua candidatura deferida pelos órgãos competentes, necessita iniciar uma conta corrente em um banco que funcionará especificamente para realizar as movimentações econômicas de sua campanha. Com isto, pretendeu-se aumentar a transparência das prestações de conta dos candidatos e comitês partidários. É através desta conta que o candidato deverá receber todos os seus recursos eleitorais, todos eles identificados pelo doador responsável (GELAPE & VIDAL, 2013).

Quanto aos doadores eleitorais, no Brasil as receitas dos candidatos podem ser compostas de recursos próprios e doações de pessoas jurídicas, pessoas físicas e recursos públicos (direto e indireto, através de fundo partidário ou Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral, por exemplo). Em 1992, a legislação remanescente do período militar, que vedava à empresas a contribuição financeira com campanhas eleitorais foi extinta, sob a alegação de que não era possível fiscalizar e impedir que estes recursos entrassem no caixa de partidos e candidatos (SPECK, 2005). Atualmente, a lei 9.504/1997, a chamada Lei das Eleições (principal legislação do financiamento de campanhas), proíbe expressamente doações provenientes de sindicatos, entidades ou governos estrangeiros, órgãos ligados diretamente ao

Estado ou que recebam repasse direto para sua manutenção, entidades privadas sem fins lucrativos sustentadas por capital estrangeiro e entidades esportivas, religiosas ou filantrópicas (GELAPE & VIDAL, 2013).

Quanto aos limites de doações, a legislação ao invés de tentar amenizar as diferenças econômicas e prover igualdade de participação, as amplia (SPECK, 2005): pessoas físicas podem doar até 10% do seu rendimento bruto declarado no ano anterior ao pleito eleitoral, enquanto empresas estão limitadas a 2% do faturamento bruto do ano anterior. Esta limitação prejudica a participação de pessoas físicas e jurídicas com menor aporte financeiro, pois quanto menor forem seus ganhos no ano anterior, menor será o teto de doação destas. Já quanto aos gastos dos candidatos, a legislação não impõe limites a estes, dando aos candidatos a incumbência de comunicar à Justiça Eleitoral os limites que poderão ter com os custos de campanha.

Para SPECK (2005), futuras modificações na legislação eleitoral devem ser pensadas de forma realista, sem que haja um endurecimento excessivo nas normas, a ponto delas não serem cumpridas por não estarem suficientemente em consonância com o que se pratica no financiamento eleitoral. Outro ponto destacado pelo autor é a necessidade de se conseguir fazer cumprir as normas em vigor, com órgãos independentes e com poder de fiscalização e punição aos que ainda tentam burlar a legislação.

Apresentadas as normas mais gerais do financiamento de campanhas, passamos a uma revisão dos estudos empíricos que, assim como este trabalho, trataram de analisar algumas variáveis explicativas das receitas eleitorais.

LEMOS, MARCELINO & PEDERIVA (2010) testaram as variáveis pertencimento a base do governo e partido político. Ambas mostraram-se eficazes para explicar a dinâmica das doações de campanhas ao Congresso Nacional. Sendo que, levando em conta a primeira variável, foi possível constatar que os partidos que não faziam parte da base do governo em 2002 (PT e PDT) elevaram consideravelmente seus gastos e receitas para a eleição de 2006, enquanto o PMDB, que esteve presente nas duas coalizões, manteve-se entre os partidos mais bem financiados. Todavia, também é notável que o partido importa na hora de definir a quem direcionar os recursos, já que PSDB e DEM, mesmo fora da coalizão no ano de 2006, ainda permaneceram como os dois partidos que mais gastam em suas campanhas. Para os autores, isto deflagra o interesse do financiador em defender

uma agenda específica, e não somente em fortalecer a agenda governista, tentando dar a oposição condições de exercer seu poder de veto e também de negociação frente às políticas propostas.

De maneira complementar a estes autores, SPECK & MANCUSO (2012) testaram se o gênero do candidato interferiria sobre as receitas eleitorais, nas eleições de 2010 à Câmara dos Deputados e às assembleias legislativas. De início, já há um desequilíbrio no número de candidatos: nas casas estaduais, as mulheres representaram apenas 20,9% do universo de candidatos, enquanto para a casa federal foram somente 19,1%. Quanto ao financiamento, a receita média dos candidatos homens foi 27,2% superior à de mulheres que concorreram às assembleias legislativas, e 47,9% maior que de candidatas à Câmara dos Deputados. Considerando apenas os candidatos à reeleição, os autores constataram que as mulheres estão “significativamente subrepresentadas” (p. 14) dentro do grupo, entretanto, surpreendentemente, elas arrecadaram mais que os homens: 11,8% mais nas eleições estaduais e 29,4% para a Câmara dos Deputados. Se levarmos em conta a receita mediana, as mulheres receberam 50% e 42,3%, respectivamente, a mais em financiamento entre candidatos a reeleição que os homens.

MANCUSO (2012b), tomando como base os candidatos de São Paulo nas eleições de 2006 e 2010 à Câmara dos Deputados, chegou a diversas conclusões utilizando-se de variáveis políticas. As conclusões em 2006 foram as seguintes: a) candidatos de partidos de esquerda receberam menos receitas do que de partidos de direita; b) candidatos de partidos de direita receberam nas proporções média e mediana mais de pessoas jurídicas do que candidatos de esquerda; c) a principal fonte de receita dos candidatos de esquerda foi proveniente de pessoas físicas; d) as proporções média e mediana de doação de pessoas jurídicas não chega a 50% do arrecadado por estes candidatos; e, por fim, e) candidatos de partidos de centro (PSDB e PMDB) foram os que mais receberam doações em geral, havendo predominância das doações provenientes de pessoas jurídicas.

Já ao analisar as eleições de 2010, o autor concluiu que a média das receitas dos partidos de centro permaneceram maiores, contudo, pôde observar que a receita média dos candidatos de esquerda superou a dos candidatos dos partidos de direita; as proporções média e mediana de receitas provenientes de pessoas jurídicas continuaram sendo maiores para candidatos dos partidos de direita do que

para os de esquerda, contudo, cresceu substancialmente a importância deste tipo de doação para estes partidos.

Focalizando especificamente as eleições para câmara de vereadores, foi localizado apenas o trabalho de RIBEIRO et. al. (2013). Os autores analisaram as receitas eleitorais dos 48 vereadores indígenas eleitos nas regiões norte, nordeste e centro-oeste do Brasil, nas eleições de 2012. Através do esforço destes autores, pôde-se verificar que as duas principais fontes de arrecadação destes candidatos são as doações provenientes de pessoas físicas e de recursos próprios dos candidatos. Por outro lado, há pouca aderência destes grupos com o financiamento privado e os recursos partidários, que somados representaram apenas 25% do total arrecadado por todos estes vereadores eleitos. Entretanto, como já indicado, este trabalho apresenta um estudo de caso, em apenas uma eleição. Desta forma, não temos base comparativa para verificar se há uma tendência à mudança ou não.

Já quanto a quantidade de doadores que participaram da construção do orçamento eleitoral destes candidatos, os autores apontam que 45,8% dos candidatos indígenas tiveram suas campanhas financiadas apenas por um ou dois financiadores. Pouco mais de 30% dos candidatos tiveram de três a seis doadores, enquanto que 16,7% não tiveram doadores em suas campanhas. Ou seja, financiaram sozinhos as suas campanhas (IDEM, 2013).

Diante das pesquisas tratadas acima, é possível notar que há uma lacuna com relação às pesquisas que se dedicam a analisar as receitas eleitorais e suas variáveis explicativas em eleições para às câmaras de vereadores. O presente artigo propõe-se a apresentar alguns dados de receitas eleitorais para as eleições de 2008 e 2012 à Câmara Municipal de Curitiba à luz de duas variáveis explicativas: a condição do candidato (se este era candidato à reeleição ou desafiante) e sua posição (governo, para candidatos que estavam nos partidos que compunham a coligação em favor da gestão atual, ou oposição). Com isto, pretende-se avançar em direção a pesquisas sobre receitas eleitorais de candidatos às câmaras municipais e também lançar alguma luz à lógica de contribuições nas eleições de Curitiba, já que, durante a pesquisa deste trabalho, não foram encontrados trabalhos voltados a este município.

A seguir, passaremos para a descrição comparativa das receitas declaradas pelos candidatos a vereador nas eleições de 2008 e 2012, em Curitiba. Para que a

análise não fosse prejudicada, consideramos apenas os candidatos que entregaram suas prestações de contas ao Tribunal Superior Eleitoral (TSE).

ANÁLISE COMPARATIVA DAS FINANÇAS DE CAMPANHA

A análise de dados aqui será realizada em duas etapas. Na primeira testaremos os efeitos bivariados de variáveis binárias (pertencer ou não a determinado grupo) sobre as médias de arrecadação dos candidatos a vereador. Na segunda, reuniremos todas as variáveis explicativas em um modelo de regressão linear múltipla para comparar os efeitos das características testadas sobre a arrecadação dos candidatos.

Para verificar o efeito das variáveis independentes sobre a arrecadação de recursos pelos candidatos a vereador de Curitiba nas eleições de 2008 e 2012 utilizaremos testes estatísticos para diferenças de médias entre variáveis dicotômicas e contínuas chamado "teste t para amostras independentes". Isso porque os valores arrecadados pelos conjuntos de candidatos de cada grupo são independentes dos valores dos outros grupos. Como nossas variáveis explicativas são binárias: resultado = eleito ou não eleito; posição = governo ou oposição; condição = novato ou à reeleição, podemos usar o teste t para verificar que a mudança de um grupo para outro afeta significativamente as médias de recursos arrecadados¹¹.

São três os pressupostos exigidos para a realização desse teste de diferenças de médias: homogeneidade de variâncias, distribuição normal de valores nos dois grupos e a variável dependente ser medida em escala, intervalo ou razão. No nosso caso, há homogeneidade de variâncias e a variável dependente é de razão (volume de recursos em reais declarados ao TSE nas duas eleições). Porém, nem todos os grupos apresentam distribuição normal de valores, pois alguns deles o

11 Proposto por William Gosset em 1908, o teste t serve para comparar duas médias e testar se elas são provenientes da mesma população ou não. Parte da hipótese nula de que não existem diferenças entre as médias. Por exemplo, no caso deste artigo a hipótese inicial do teste t aqui é que não faz diferença ser candidato do governo ou da oposição, pois as médias de receitas são as mesmas. O objetivo do teste é rejeitar a hipótese nula e comprovar que estatisticamente as médias das amostras são diferentes. A fórmula para seu cálculo leva em consideração as médias das duas amostras e a diferença do erro padrão médio:

$$t = \frac{(\mu_1 - \mu_2)}{SE_m}$$

número de casos é muito reduzido. Apesar disso, como estamos tratando da população, usando todos os candidatos nas análises, e não pretendemos fazer predições, manteremos o teste t para identificar as diferenças de médias.

No primeiro momento de apresentação dos resultados mostraremos os números gerais de arrecadação dos candidatos nas eleições de 2008 e 2012. Após, seguiremos com o teste da variável de pertencimento à coligação de apoio ao prefeito *versus* candidatos de oposição e candidatos à reeleição *versus* desafiantes.

A escolha das três variáveis explicativas deu-se com base no interesse em verificar se características do perfil político-partidário do candidato estão relacionadas à sua arrecadação. LEMOS, MARCELINO & PEDERIVA (2010), por exemplo, apontaram que candidatos à reeleição eleitos à Câmara dos Deputados, em 2002 e 2006, receberam mais doações para suas campanhas que candidatos eleitos novatos. Por outro lado, nestes mesmos anos, candidatos desafiantes eleitos ao Senado Federal foram mais bem financiados que candidatos à reeleição que foram eleitos.

Em relação ao pertencimento a base do governo, MANCUSO (2012b) e LEMOS, MARCELINO & PEDERIVA (2010) mostraram que esta variável produz efeito sobre os montantes arrecadados por candidatos ao Congresso Nacional. O primeiro autor focalizou especificamente os candidatos à Câmara dos Deputados pelo estado de São Paulo nas eleições de 2002 e 2006, enquanto que o segundo trabalho foi realizado com candidatos à Câmara dos Deputados e ao Senado Federal. Agora, utilizaremos as mesmas hipóteses para testá-las em uma eleição legislativa municipal de uma capital de porte médio, Curitiba, nas disputas de 2008 e 2012.

A tabela 1 apresenta as receitas médias¹² de candidatos eleitos e não-eleitos nas eleições de 2008¹³ e 2012 e os resultados dos testes t. Para fins de comparação entre as receitas médias de uma eleição e outra, ao tratarmos dos valores referentes ao aumento percentual, estaremos sempre considerando a inflação do período. Para a medição da inflação, foi adotado o Índice Nacional de

12 Apesar de haver uma grande variação entre as receitas médias, por tratar-se de análise de universo elevado, os grandes desequilíbrios acabam por anularem-se. Desta forma, considerou-se válida a utilização desta medida de indicação central de valores para à análise.

13 Nas eleições de 2008, as tabelas apresentarão 37 candidatos eleitos, já que o candidato Leônidas Kuzma (Tico Kuzma), eleito pelo PSB, não entregou suas prestações de conta ao TSE.

Preços ao Consumidor (INCP), produzido pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Ao todo, a inflação acumulada do período chegou a 22,22%.

TAB. 1 – RELAÇÃO ENTRE ARRECADAÇÃO MÉDIA E DESEMPENHO DO CANDIDATO

Eleição	Resultado	Nº candidatos	Arrecadação média	Aumento médio em relação à eleição anterior (em R\$)	Aumento %, descontada a inflação do período
2008	Eleitos	37	73.454		
	Não-eleitos	575	8.819		
2012	Eleitos	38	102.422	28.968	17,22%
	Não-eleitos	572	12.616	3.797	20,83%

Teste t para diferenças de médias de arrecadação entre eleitos e não eleitos
2008 = 14,207 (0,000); 2012 = 15,014 (0,000)

FONTE: OS AUTORES, COM BASE NOS DADOS OFICIAIS DO TSE.

A tabela acima aponta para uma grande diferença de recursos médios presentes nas campanhas de candidatos eleitos e não-eleitos. A correlação existente entre recursos de campanha e resultado eleitoral já é consagrada entre estudos de financiamento eleitoral (HEILER, 2011, LEMOS, MARCELINO & PEDERIVA, 2010, MANCUSO, 2012b). Todavia, ainda não é possível afirmar que há de fato uma relação causal entre estas duas variáveis, já que a relação pode ser também inversa: a expectativa de ser eleito pode fazer com que estas campanhas recebam financiamento.

Os resultados do teste de diferenças de médias mostra que para as duas eleições o grupo dos eleitos arrecadou em média mais recursos do que o grupo dos não eleitos. Além de serem significativas (nível de significância abaixo do limite crítico, em 0,000 para os dois casos), essas diferenças mostraram-se relativamente estáveis nas duas disputas, pois os coeficientes são muito próximos nas duas disputas: 14,207 e 15,014 respectivamente. Portanto, podemos dizer que as diferenças das médias dos dois grupos não são resultados de casos isolados que influenciam a estatística, mas que estar no grupo dos eleitos significa apresentar maior média de arrecadação sistematicamente.

Em relação às receitas, é possível afirmar que o aumento percentual de doações foi muito semelhante para eleitos e não-eleitos. Para os primeiros, descontada a inflação do período, houve um aumento de 17,22% nas arrecadações, enquanto que para os não-eleitos o aumento foi de 20,83%. Assim, os derrotados pouco conseguiram reduzir as diferenças de receita frente aos vitoriosos. Entretanto,

como já havíamos indicado, estes dados não inserem-se na busca por uma variável determinante sobre as receitas, afinal, a vitória ou derrota dá-se a *posteriori* ao período de conquista dos recursos. Os percentuais mostram que em 2012 as diferenças de receitas entre eleitos e derrotados foram um pouco menores que em 2008, porém, não o suficiente para reduzir significativamente as desigualdades.

Dadas as significativas diferenças entre eleitos e derrotados para as médias de receitas, passamos a analisar as demais características apresentadas aqui como explicativas para as desigualdades de recursos financeiros nas campanhas para vereador de Curitiba. A tabela 2 mostra os resultados para a possível influência de se pertencer à base do governo ou ser da oposição sobre as receitas gerais dos candidatos. Consideramos candidatos do governo todos aqueles que disputaram eleição em um partido da base de apoio do então prefeito ou que tenha feito parte da coligação de apoio ao candidato do governo à prefeitura. O objetivo aqui é verificar se a proximidade ao Executivo pode explicar maior receita de campanha ou não.

Os resultados do teste t mostram que as relações aqui são menos fortes que na variável anterior. Em 2008 o coeficiente foi muito baixo, ficando em -1,075, com nível de significância de 0,283, portanto muito acima do limite crítico para rejeição da hipótese nula caso fosse uma amostra. Em 2012 as diferenças aumentaram um pouco, o resultado ficou abaixo do limite crítico, em 0,012, e o coeficiente foi de -2,534. Os resultados gerais mostram que as diferenças de receitas médias entre governistas e opositores eram muito pequenas em 2008 e cresceram em 2012.

TAB. 2 – RECURSOS DE CAMPANHA ENTRE CANDIDATOS GOVERNISTAS E OPOSICIONISTAS

Eleição	Posição	Nº de candidatos	Arrecadação média	Aumento em relação à eleição anterior (R\$)	Aumento %, descontada a inflação do período
2008	Governo	363	13.339		
	Oposição	253	11.672		
2012	Governo	405	15.625	2.286	-5,08%
	Oposição	209	22.988	11.316	74,73%

Teste t para diferenças de médias de arrecadação entre Governo e Oposição
2008 = -1,075 (0,283); 2012 = -2,534 (0,012)

FONTE: OS AUTORES, COM BASE NOS DADOS OFICIAIS DO TSE

Um resultado inesperado foi a inversão das médias nas duas eleições. Em 2008 os governistas tiveram uma média de receitas um pouco superior à dos

oposicionistas. Já em 2012 os valores se invertem e a oposição apresenta média superior. Observando as receitas de candidatos de governo e oposição na eleição de 2008, podemos afirmar que esta variável, tomada de forma isolada, não foi capaz de interferir sobre as arrecadações do candidato. Já na eleição de 2012, vemos que os candidatos da oposição foram melhor financiados que candidatos de governo, mas de maneira pouco significativa.

A respeito do crescimento percentual das arrecadações, os candidatos de governo tiveram um aumento abaixo da inflação em 5,08%. Por outro lado, os candidatos de oposição elevaram suas receitas em 74,73%. Nas duas eleições, a base de apoio ao prefeito foi significativamente superior ao bloco de oposição, mas na eleição de 2012 foi especialmente maior: o governo representou algo próximo ao dobro de candidatos oposicionistas.

Uma das possíveis explicações para a diferença seria a mudança de posição de partidos importantes no município entre as duas eleições, ou seja, partidos grandes, com candidatos fortes, que estavam na coligação governista em 2008 e que se transformaram em oposição em 2012. Porém, ao verificar as coligações de partidos para disputas de prefeito e vereador de Curitiba nos dois períodos, percebemos que apenas o PDT, dentre os grandes, estava na coligação governista em 2008 e passou a ser da oposição em 2012.

Diante deste dados, é possível afirmar que, neste período específico, candidatos de oposição tenderam a conquistar um maior aumento em suas receitas do que candidatos de governo. Ou seja, é possível pensar que partidos tradicionalmente de oposição, como PT e PSC, conseguiram que seus candidatos avançassem em termos de finanças de campanha. Porém, os dados não são suficientes para indicar que ser de governo ou oposição influi diretamente sobre o levantamento dos recursos eleitorais, já que as receitas médias são próximas e não apresentaram diferenças tão significativas.

Apesar de se tratar de um teste bivariado, utilizaremos o teste t aqui para verificar os efeitos conjuntos de duas variáveis explicativas sobre as receitas de campanha. Para isso, testaremos as médias de receita entre candidatos eleitos e derrotados do governo e da oposição em 2008 e em 2012, como se vê na tabela 3.

TAB. 3 – RECEITAS DE GOVERNISTAS E OPOSICIONISTAS ELEITOS E DERROTADOS

Eleição	Posição	Resultado	Nº de candidatos	Arrecadação média	Aumento em	Aumento % descontada
---------	---------	-----------	------------------	-------------------	------------	----------------------

					relação à eleição anterior (R\$)	inflação do período
		Eleito				
2008	Governo	Eleito	27	81.236		
		Não-eleito	334	7.914		
	Oposição	Eleito	10	52.443		
		Não-eleito	241	10.071		
2012	Governo	Eleito	23	100.877	19.641	1,96%
		Não-eleito	379	10.535	2.621	10,90%
	Oposição	Eleito	15	104.793	52.350	77,60%
		Não-eleito	193	16.704	6.633	43,64%

Teste t para diferenças de médias de arrecadação entre Governo e Oposição X Eleito e Não eleito
 2008 = Governo - Eleito/Não eleito = 13,646 (0,000); Oposição - Eleito/Não eleito = 4,976 (0,000)
 2012 = Governo - Eleito/Não eleito = 14,252 (0,000); Oposição - Eleito/Não eleito = 7,264 (0,000)

FONTE: OS AUTORES, COM BASE NOS DADOS OFICIAIS DO TSE.

Os testes de diferenças de médias mostram que as maiores distâncias encontram-se entre candidatos governistas eleitos e não eleitos em 2008 e em 2012, com coeficientes de 13,646 (0,000) e 14,252 (0,000) respectivamente. Isso significa que os governistas eleitos apresentam médias de receita superiores aos não eleitos e também aos opositoristas em geral. Já entre os opositoristas também existem diferenças estatisticamente significativas, porém, com menor intensidade. Os coeficientes são 4,976 (0,000) e 7,264 (0,000) respectivamente. Apesar de menor intensidade, percebe-se um crescimento na diferença entre receitas de opositoristas eleitos e derrotados entre 2008 e 2012.

Em termos de médias, na eleição de 2008, vemos uma diferença considerável entre as receitas médias de candidatos eleitos de governo e oposição. Enquanto os primeiros arrecadaram em média R\$ 81.236 em suas campanhas, os eleitos da oposição conseguiram se eleger recebendo em média R\$ 52.443. Para os candidatos não-eleitos, estar em um partido de governo ou oposição não influenciou diretamente sobre as arrecadações.

Na eleição de 2012, tanto para eleitos quanto para não-eleitos, a presença no bloco governista ou opositorista não afetou o fluxo de doações eleitorais. Contudo, não-eleitos de oposição tenderam a ser melhor financiados em média do que não-eleitos pertencentes a base de apoio do prefeito.

Um dado que merece atenção é o aumento percentual das receitas médias de candidatos de oposição, da eleição de 2008 para 2012. Enquanto vitoriosos de governo aumentaram suas receitas em 1,96% acima da inflação, mantendo-se praticamente estáveis nos dois períodos, os candidatos eleitos de oposição tiveram um aumento percentual de 77,60% acima da inflação do período. Já para

derrotados, os candidatos pertencentes a base de apoio do prefeito conquistaram um aumento de 10,90% em suas arrecadações, enquanto candidatos de oposição tiveram um aumento de 43,64%, acima da inflação.

Percebe-se um quadro de mudança de 2008 a 2012 muito favorável aos candidatos de oposição, tanto eleitos quanto não-eleitos. Isto porque, estes dois grupos tiveram incrementos importantes nas suas receitas, ao passo que candidatos eleitos e não-eleitos de governo conquistaram aumentos pouco acima da inflação do período, indicando uma estabilização nas arrecadações.

Para concluir as análises bivariadas, consideramos uma segunda característica para os candidatos, além de ser de partidos do governo ou da oposição, ser candidato em disputa à reeleição ou ser concorrente "novato" (aquele que está disputando o cargo sem estar ocupar uma vaga no legislativo no ano da disputa). Na tabela 4 encontram-se as receitas médias de candidatos de governo e oposição classificados em novatos e candidatos à reeleição, nas eleições de 2008 e 2012. Candidatos que já ocuparam o cargo de vereador em eleições anteriores, mas que não foram eleitos na eleição imediatamente anterior, foram alocados entre os novatos.

Os testes t mostram que as maiores diferenças de médias de receitas estão entre os governistas, com coeficiente de -16,576 (0,000) para governistas novatos x candidatos à reeleição em 2012 e -10,571 (0,000) para 2008. Significa que ser candidato à reeleição em partido do governo aumenta significativamente as receitas de candidatos novatos em comparação com os novatos de partidos da oposição. Entre os oposicionistas as diferenças também são estatisticamente significativas, porém, não tão fortes. Em 2008 o coeficiente ficou em -6,302 (0,000) e em 2012 em -2,601 (0,000). Como se vê, ao contrário dos governistas, o coeficiente foi menor na última eleição em relação à anterior, indicando uma tendência de redução das diferenças.

TAB. 4 – RECEITAS DE CAMPANHA ENTRE NOVATOS E DESAFIANTES DO GOVERNO E DA OPOSIÇÃO

Eleição	Posição	Condição	Nº de candidatos	Arrecadação média	Aumento em relação à eleição anterior (R\$)	Aumento % descontado a inflação do período
2008	Governo	Novato	341	9.273		
		Reeleição	22	76.358		
	Oposição	Novato	243	9.613		

2012	Governo	Reeleição	10	61.707		
		Novato	378	9.493	220	-19,85%
	Oposição	Reeleição	27	101.472	25.114	10,67%
		Novato	202	21.320	11.707	99,56%
		Reeleição	7	71.112	9.405	-6,98%

Teste t para diferenças de médias de arrecadação entre Governo e Oposição X Novato e candidato à reeleição
 2008 = Governo - Novato/À reeleição = -10,571 (0,000); Novato/À reeleição = -6,302 (0,000)
 2012 = Governo - Novato/À reeleição = -16,576 (0,000); Novato/À reeleição = -2,601 (0,010)

FONTE: OS AUTORES, COM BASE NOS DADOS OFICIAIS DO TSE.

Quando analisamos as diferenças das médias diretamente, percebemos outras características interessantes entre os grupos nas duas eleições. Entre os novatos, a arrecadação não foi influenciada pelo pertencimento a oposição ao governo, na eleição de 2008. Ambos os grupos tiveram receitas de aproximadamente R\$ 9.000. Já para os candidatos à reeleição, o padrão de arrecadação foi semelhante, mas ainda assim candidatos de governo arrecadaram mais que candidatos de oposição, com os primeiros tendo receitas médias de R\$ 76.358 e os segundos R\$ 61.707.

Por outro lado, a eleição de 2012 apresenta números mais aparentes das diferenças entre governistas e opositores. Entre os novatos, candidatos de governo foram muito menos financiados que de oposição. Para o primeiro grupo, a média de arrecadação foi extremamente semelhante à da eleição anterior: R\$9.493. Enquanto que os candidatos novatos de oposição tiveram uma arrecadação média superior em mais que o dobro de seus concorrentes: R\$ 21.320. Ao analisar as receitas médias de candidatos à reeleição a situação se inverte. Candidatos de governo receberam em média R\$ 30.000 a mais do que candidatos de oposição

Com relação aos percentuais de aumento de uma eleição à outra, estes dois grupos menos financiados em 2012 (novatos de governo e reeleição de oposição) tiveram um aumento de receita abaixo da inflação do período. Para os primeiros, percentual negativo em 19,85%, já para os segundos, negativo em 6,98%. Já o aumento de receita de candidatos à reeleição por partidos que apoiaram o prefeito representou um crescimento em 10,67%, comparado a eleição de 2008. Por fim, candidatos novatos de oposição tiveram um surpreendente aumento em 99,56% em suas receitas eleitorais.

Pode-se dizer, até aqui, que a condição de concorrer à reeleição, como já ressaltado, influencia sobre as receitas obtidas. Mas, há um efeito positivo sobretudo

para candidatos à reeleição que estão presentes na coligação de apoio ao prefeito. Em relação aos candidatos novatos, assim como já identificado entre opositores não-eleitos, candidatos de oposição conseguiram um aumento mais significativo de receitas do que candidatos de governo, comparado as eleições de 2008. Por fim, mais uma vez notou-se um quadro de estabilização das receitas de candidatos de situação, com aumento abaixo da inflação para candidatos novatos e pouco acima da inflação para candidatos à reeleição.

Até aqui analisamos os efeitos de cada variável explicativa binária isoladamente sobre as receitas de candidatos. Agora usaremos um teste de regressão linear para verificar os efeitos conjuntos, podendo comparar o que explica mais as diferenças de arrecadações, se ser novato ou candidato à reeleição, se ser do governo ou da oposição ou se ter sido eleito ou derrotado ao final da campanha. Como não pretendemos fazer predição, abriremos mão de testes complementares, tais como as análises de resíduos para verificar o ajustamento das variáveis explicativas. O principal pressuposto aqui é o de que a variável dependente seja de razão - R\$ declarados como receita de campanha. As explicativas são categóricas binárias. Resultado - 1=Eleito, 2=Derrotado; Posição - 1=oposição, 2=governo; e Condição - 1=novato, 2=reeleição. O teste de regressão mostra tanto os resultados para o modelo como um todo, ou seja, quanto que o conjunto das variáveis explica as variações das receitas, assim como os efeitos individuais de cada uma das variáveis independentes. Foram realizadas duas regressões, uma para 2008 e outra para 2012. Os resultados gerais dos testes para os dois anos mostram que os modelos têm alguma capacidade explicativa, com crescimento dessa capacidade em 2012 quando comparado à eleição anterior. Isso é possível perceber nos valores da ANOVA do modelo, que é de 83,329 (0,000) em 2008 e passa a 97,693 (0,000) em 2012. O coeficiente de correlação (r) entre as variáveis, que é de 0,540, ou 54%, em 2008 sobe para 0,571 (57,1%) em 2012. O coeficiente de determinação (r^2), que identifica quanto o conjunto das variáveis independentes explica as variações de receitas de campanha também cresce, passando de 0,291 (29,1%) em 2008 para 0,326 (32,6%) em 2012.

TAB. 5 - COEFICIENTES DE REGRESSÃO LINEAR PARA RECEITAS DE CAMPANHA

Ano		B (não padronizado)	Beta (padronizado)		ig.
-----	--	---------------------	--------------------	--	-----

2008	Constante	30.976,81		,546	,123
	Resultado	-23.407,64	-0,361	8,776	,000
	Posição	725,47	0,012	,337	,736
	Condição	34.498,90	0,249	,050	,000
	ANOVA			3,329	,000
	r			,540	
	r ²			,291	
2012	Constante	31.308,43		,232	,218
	Resultado	-33.409,32	-0,387	10,027	,000
	Posição	7.951,20	0,090	,694	,007
	Condição	47.557,01	0,261	,760	,000
	ANOVA			7,693	,000
	r			,571	
	r ²			,326	

Analisando os resultados por variáveis individuais é possível perceber que a diferença entre os dois anos está nos efeitos da variável "posição" (oposição x governo). Em 2008 o efeito dessa variável não é significativo para o modelo, com $t=0,337$ e nível de significância acima do limite crítico (0,736). Já em 2012 a capacidade explicativa da variável aumenta e ela passa a ser estatisticamente significativa. As outras duas variáveis, "resultado" e "condição" apresentam nível de significância estatística e coeficientes t mais altos nas duas disputas.

Para comparar os efeitos das variáveis individuais usamos o coeficiente Beta Padronizado, que mede o impacto de cada variável independente em termos de desvio padrão sobre a dependente. Por isso os coeficientes podem ser comparados diretamente, ainda que sejam originalmente (antes de serem padronizados) de unidades ou dimensões distintas. A ordem de intensidade dos efeitos é a mesma nas duas disputas. Tanto em 2008 quanto em 2012 o fato de ter sido eleito é o que mais explica as diferenças de receitas dos candidatos, com beta padronizado de -0,361 e -0,387, respectivamente. Aqui os sinais são negativos porque a categoria eleito, que apresenta as maiores receitas declaradas, recebeu código 1, enquanto a

categoria não eleito ficou com código 2. Em segundo lugar vem a variável "condição", se candidato à reeleição ou se novato, com coeficientes 0,249 e 0,261, respectivamente. Por fim, o efeito da variável "posição", se do governo ou se opositor, com 0,012 e 0,090 em 2008 e 2012. Percebe-se o crescimento do efeito dessa variável, que cresce quase oito vezes entre as duas disputas, enquanto as outras variáveis ficam praticamente estáveis.

NOTAS CONCLUSIVAS

Uma primeira conclusão a partir das análises realizadas aqui diz respeito à direção das relações. Usamos três variáveis explicativas (resultado, posição e condição) para tentar entender as variações agregadas de receitas de campanha de candidatos a vereador de Curitiba em duas eleições. No entanto, das três variáveis explicativas, duas são anteriores à campanha (posição e condição), pois já estão determinadas quando os candidatos iniciam a busca por financiadores; e uma é posterior (resultado), que indica a concretização ou não do sucesso eleitoral ao final da campanha, ou seja, posteriormente à obtenção dos recursos financeiros. Pudemos utilizar as três variáveis em conjunto aqui porque nosso objetivo era verificar os efeitos sobre as variações das receitas dos concorrentes e não estávamos buscando determinantes. Porém, como os efeitos da variável resultado mostraram-se mais fortes em todos os testes realizados aqui para explicar as arrecadações dos candidatos, podemos afirmar que em relações de determinação a variável "recursos de campanha" é mais adequada como variável explicativa - antecedente - ao resultado/voto do que o contrário, usar os recursos de campanha para ser explicado.

Voltando aos objetivos do texto, foi possível perceber um crescimento no volume de receitas declaradas acima da inflação do período entre as eleições de 2008 e 2012. Esse crescimento não foi homogêneo, no entanto, na maioria das vezes foi superior à inflação. Isso pode significar duas coisas: i) que as campanhas de vereador estão seguindo a tendência de disputas em outros níveis e ficando mais caras; e ii) que o aprimoramento dos mecanismos de controle e fiscalização das

prestações de contas¹⁴ fez com que os candidatos fossem mais realistas com as receitas declaradas em 2012, quando comparado a 2008. Essas explicações não são excludentes, ao contrário, podem ser consideradas complementares. No entanto, para testá-las é necessário realizar outros estudos. O objetivo inicial aqui foi o de mostrar que houve maior monetarização das campanhas de vereador em 2012, quando comparado a 2008.

Além disso, os efeitos são distintos. Percebe-se que entre as duas variáveis antecedentes: pertencer ou não ao governo e ser iniciante ou candidato à reeleição, a segunda tem efeito maior sobre as receitas de campanha do que a primeira. Quer dizer, candidatos à reeleição costumam ter maiores volumes de doações para suas campanhas, independente de serem de partidos da base do governo ou de opositoristas. Contudo, para os candidatos de partidos da base do governo, concorrer à reeleição produziu efeito positivo sobre as receitas eleitorais, mais que para os demais concorrentes.

Isoladamente, a presença na coligação de apoio ao prefeito, em ambas as eleições, não produziu efeitos significativos sobre as receitas conquistadas. Entretanto, ao compararmos as eleições de 2008 e 2012, notou-se uma estabilização das receitas dos candidatos de governo, frente a um crescimento nos recursos eleitorais dos candidatos de oposição.

Por fim, novamente é preciso destacar que os "achados" deste estudo não dizem respeito a qualquer relação direta entre recursos de campanha e votos. Nosso objetivo não foi estudar o volume de votos obtidos pelos candidatos em função das receitas dos mesmos. Foi analisar o que pode explicar as variações de doações declaradas entre candidatos. Se os recursos são transformados em votos ou não é objeto de análise para outro estudo.

REFERÊNCIAS

DAHL, R. **Sobre a democracia**. Brasília: Editora UnB, 2009.

GELAPE, L. O.; VIDAL, L. F. Prestação de contas de campanhas eleitorais: (in)diferenças práticas entre a aprovação, aprovação com ressalvas, rejeição e não prestação de contas eleitorais. **Revista Diálogos Eleitorais**, Belo Horizonte, v.2, n. 1, p. 57-79, 2013.

14 As resoluções 23.376/12 e 23.382/12 do TSE estabeleceram novos parâmetros para prestações de contas, assim como punições a candidatos ou partidos que apresentem inconsistências em suas declarações de receitas e gastos.

LEMOS, L. B.; MARCELINO, D.; PEDERIVA, J. H. Porque dinheiro importa: a dinâmica das contribuições eleitorais para o Congresso Nacional em 2002 e 2006. **Revista Opinião Pública**, v. 16, n. 2, p. 366-393, nov. 2010.

MANCUSO, W. P. **Investimento eleitoral no Brasil: balanço da literatura e agenda de pesquisa**. Trabalho apresentado ao 8º Encontro da ABCP. Gramado, RS, 2012a.

_____. Empresas e financiamento de campanhas eleitorais de candidatos a deputado federal pelo estado de São Paulo nas eleições de 2002 e 2006. In: COSTA, A. J. D., et al (orgs.). **Desenvolvimento e crise na América Latina: estado, empresas e sociedade**. Curitiba: Editora CRV, 2012b.

PRZEWORSKI, A. **Democracia e mercado no Leste Europeu e na América Latina**. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1994.

REIS, B. P. W.; FERREIRA, L. M.; FIALHO, F. M. **Reforma Política e Financiamento de Campanhas: anotações para uma taxonomia do financiamento eleitoral**. Trabalho apresentado ao 35º Encontro Anual da ANPOCS. Caxambu, MG, 2011.

RIBEIRO, P. S. S.; SOUZA, C. A. S.; GOMES, I. M. M.; et. al. **O financiamento de campanha dos candidatos indígenas brasileiros em foco: uma análise comparativa da composição das receitas dos parlamentares eleitos nas regiões, norte, nordeste e centro-oeste nas eleições de 2012**. Trabalho apresentado ao 37º Encontro Anual da ANPOCS. Águas de Lindóia, SP, 2013.

RUBIO, D. F. Financiamento de partidos e campanhas: fundos públicos *versus* fundos privados. **Revista Novos Estudos**. São Paulo, n. 73, p. 5-15, nov. 2005.

SPECK, B. W. Reagir a escândalos ou perseguir ideais? A regulação do financiamento político no Brasil. **Cadernos Adenauer**, ano 6, n. 2, 2005.

SPECK, B. W.; MANCUSO, W. P. **Financiamento, capital político e gênero: um estudo de determinantes do desempenho eleitoral nas eleições legislativas brasileiras de 2010**. Trabalho apresentado ao 36º Encontro Anual da ANPOCS. Águas de Lindóia, 2012.