



H0786

O FINANCIAMENTO POLÍTICO NO BRASIL: ANÁLISE DAS CAMPANHAS SENATORIAIS DE 2006 E 2010

Sandro Assumpção Teles (Bolsista SAE/UNICAMP) e Prof. Dr. Bruno Wilhelm Speck (Orientador), Instituto de Filosofia e Ciências Humanas - IFCH, UNICAMP

Este estudo teve com tema o financiamento de campanhas eleitorais no Brasil, e tomou como objeto as campanhas para o Senado Federal nos pleitos de 2006 e 2010. Para tanto, foram coletados os dados oficiais do Tribunal Superior Eleitoral referentes a cada um dos 488 candidatos envolvidos nestes dois pleitos. O objetivo deste estudo é a compreensão da importância relativa e dos fatores que determinam a alocação de recursos nas campanhas. Os montantes recebidos e despendidos foram compilados em bases de dados SPSS, e separados pela proveniência (pessoas físicas, jurídicas, partidos e recursos próprios) e pelo destino (propaganda, transporte, gastos com equipe, etc.). Nota-se que a ampla maioria dos recursos provém de pessoas jurídicas, sendo notável a participação de empreiteiras. Os montantes foram comparados em âmbito partidário, estadual, e de candidatos eleitos e não-eleitos. Em todos os âmbitos foram observadas grandes discrepâncias. Foi constatado um aumento vertiginoso do montante total, que saltou de 89,6 em 2006 para 349 milhões de reais em 2010. Fatores como PIB e IDH dos estados têm pouca influência sobre os custos locais. Os dados parecem sugerir que os candidatos com maior reputação e conseqüente chance de vitória atraem mais recursos, o que tem pouca relação com o partido e sua ideologia.

Financiamento de campanhas - Senado Federal - Eleições