

# FINANCIAMENTO DE CAMPANHAS ELEITORAIS:

Uma abordagem do tema sob análise das eleições de 2006 para os candidatos a deputado estadual do estado de São Paulo

## Autor:

Jackeline de Pádua Pereira da Silva

[paduajack@gmail.com](mailto:paduajack@gmail.com)

## Orientador:

Prof. Bruno Wilhelm Speck

[bruno.speck@terra.com.br](mailto:bruno.speck@terra.com.br)

## IFCH – UNICAMP SAE/UNICAMP

### Eleições – Campanhas Eleitorais - Financiamento

#### INTRODUÇÃO

A proposta desta pesquisa é abordar o tema “Financiamento de Campanhas Eleitorais” através da prestação de contas dos candidatos a Deputado Estadual do estado de São Paulo em 2006. Este tema é de extrema relevância para a política brasileira, assim como é de responsabilidade do Estado e de todos os cidadãos a fiscalização das eleições para a redução de conflitos de interesses entre o público e o privado e os favorecimentos e influências na política.

#### METODOLOGIA

Além de estudo teórico sobre o tema, a pesquisa teve como base uma metodologia de análise quantitativa, através da coleta das informações sobre a prestação de contas dos candidatos e da organização destas informações em planilhas computacionais. A partir destes dados organizados foram feitos diversos gráficos para visualizar a dinâmica do Financiamento e assim foi possível dissertar sobre o tema e o perfil do financiamento para esta eleição específica.

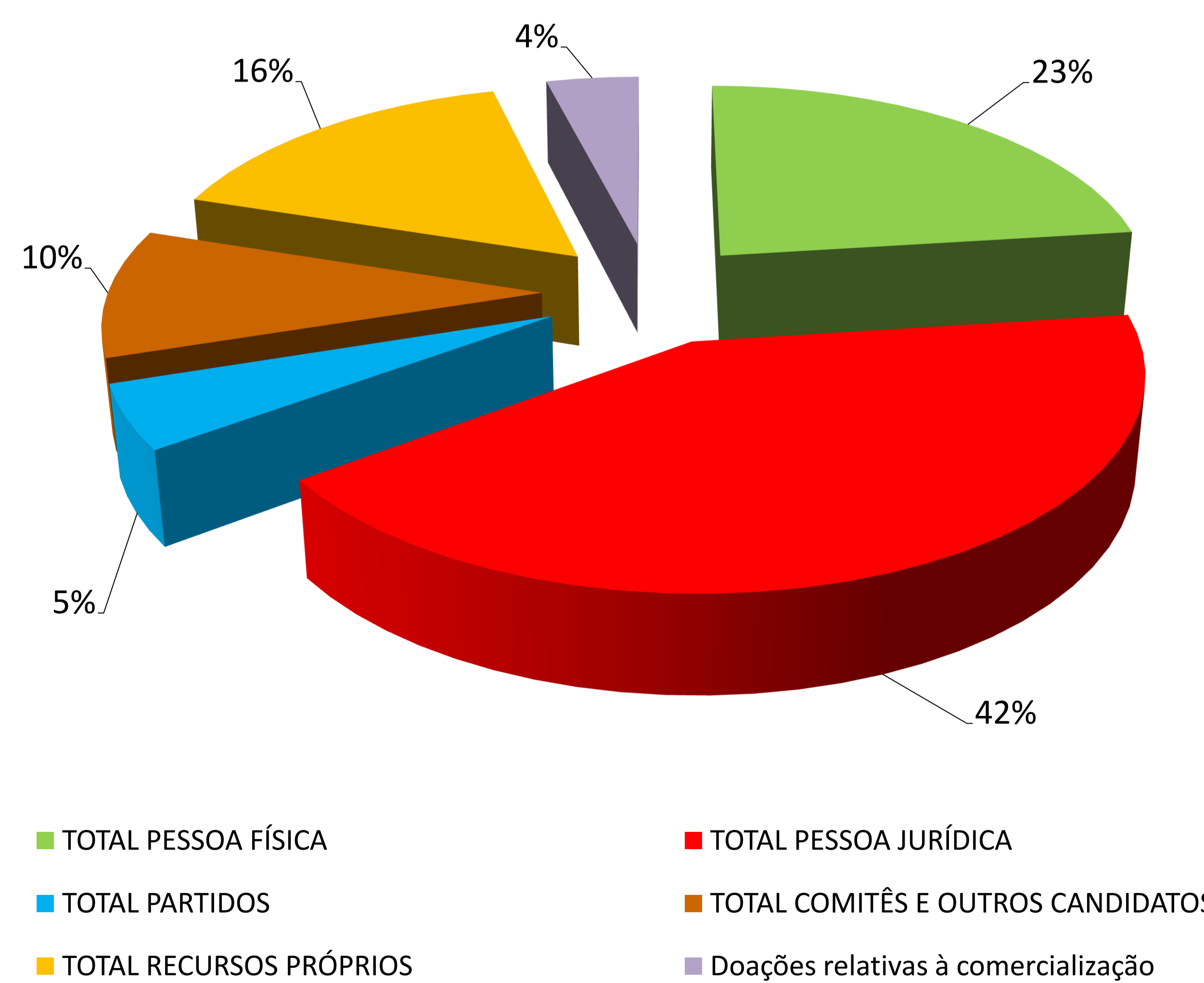
#### RESULTADOS E CONCLUSÕES:

Foram **1520 candidatos analisados** (sendo que 348 não prestaram contas) e o total arrecadado foi de **R\$ 87.237.767,16**. A influência dos recursos de empresas privadas no financiamento é evidente, conforme é possível observar no gráfico ao lado: **R\$ 36.828.132,54 (42,2%)** do total são provenientes de **peças jurídicas**.

Esta pesquisa também analisou a **desigualdade na distribuição** de recursos entre partidos e candidatos e como esta distribuição pode influenciar a quantidade de votos e o resultado das eleições. A tabela abaixo mostra o que aconteceu com os 1172 candidatos e os valores que arrecadaram durante a campanha, o que nos leva a **concluir que quanto mais dinheiro na campanha, maior a probabilidade de ser eleito**. Os principais problemas são os impactos que essa distribuição desigual e a grande influência das empresas podem causar, seja o tratamento diferenciado, a concessão de incentivos fiscais e outros favorecimentos que prejudicam a democracia do país.

Situação	Qtd	Contribuições	Média de Contribuições por Situação
Eleito	94	6,2%	R\$ 39.804.620,78 45,6 % R\$ 423.453,41
Não Eleito	1426	93,8%	R\$ 47.433.146,38 54,4 % R\$ 33.263,08

#### Distribuição dos Tipos de Recursos



#### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- TSE: TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. **Base de dados do Financiamento**. Disponível em: <http://www.tse.gov.br>
- ABRAMO, C. **Um mapa do financiamento político nas eleições municipais brasileiras de 2004**. Transparência Brasil. 2005. Disponível em: <http://www.transparencia.org.br>
- ZOVATTO, D. **Financiamento dos partidos e campanhas eleitorais na América Latina: uma análise comparada**. In: Opinião Pública, Campinas, Vol. XI, nº 2, Outubro, p. 287-336. 2005.
- SPECK, B. **Reagir a Escândalos ou Perseguir Ideais? A Regulação do Financiamento Político no Brasil**. In: Cadernos Adenauer, ano 6, n.2, p. 123-159, 2005.