

DIFERENTES ASPECTOS E ABORDAGENS DO FINANCIAMENTO DE CAMPANHAS ELEITORAIS NO BRASIL

TATIANA AFONSO OLIVEIRA¹; MARCELO NUNES APOLINÁRIO²

¹*Universidade Federal de Pelotas. Bolsista PROBIC/FAPERGS –
tatianaafonsooliveira@gmail.com*

²*Universidade Federal de Pelotas – marcelo_apolinario@hotmail.com*

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho é fruto do projeto de pesquisa “Democracia e Reforma Política no Brasil”, instituído na faculdade de Direito da UFPel. Para a elaboração de tal, utilizar-se-ão fontes primárias, secundárias e terciárias. Entre as primárias, destaca-se a legislação. Entre as secundárias, livros, artigos e capítulos de livro. Por fim, fontes terciárias, consistentes em artigos citando outros artigos. Com o intuito de fomentar o debate, tal artigo procurará abordar algumas das discussões acerca de um dos temas centrais da reforma política: o financiamento de campanhas eleitorais.

Em um primeiro momento, será feito um paralelo entre o financiamento de campanhas eleitorais e a reforma política, demonstrando-se de que forma aquele está contido dentro desta. Devido ao afastamento entre eleitores e políticos e pelo fato de as instituições atuais não estarem cumprindo os objetivos da Constituição, a sociedade vem clamando por uma reforma no modelo político brasileiro. (FÓRUM SOCIAL BRASILEIRO, 2014?, p. 11). Tal reforma inclui uma revisão no modelo de financiamento das campanhas eleitorais. Posteriormente, analisar-se-á o histórico legislativo brasileiro acerca do financiamento de campanhas eleitorais. Comprovar-se-á que a legislação do Brasil passou a dar importância à influência do dinheiro nas eleições na medida em que o poder econômico passou a ter grande importância nos demais setores da sociedade, principalmente, a partir da era Vargas. Após, abordar-se-á de que forma o financiamento de campanhas ocorre hoje no Brasil. E, além disso, quais são os outros dois possíveis sistemas e suas principais vantagens. Depois, mostrar-se-á a atualidade da questão, que se encontra hoje sendo debatida perante o STF. Então, realizar-se-á uma análise sobre de que forma a chegada da questão ao Supremo Tribunal Federal é mais uma ocorrência de judicialização da política no Brasil. Por fim, será feito um levantamento geral acerca das discussões apresentadas. Buscar-se-á esclarecer as conclusões e os resultados obtidos ao longo do estudo.

2. METODOLOGIA

O presente trabalho tem caráter qualitativo e a construção dos dados será realizada sobre a base da pesquisa bibliográfico-documental.

A pesquisa bibliográfica consiste na utilização de contribuições de diversos autores sobre determinado tema. Ao passo que a documental utiliza-se de materiais que ainda não receberam tratamento analítico ou o receberão de outra forma de acordo com a proposta da pesquisa (GIL, 2002, p. 45).

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O projeto de pesquisa “Democracia e Reforma Política no Brasil”, do qual o presente trabalho é fruto, vem sendo desenvolvido há quase um ano dentro da Faculdade de Direito da UFPel. Na edição passada deste mesmo evento, foi apresentado um resumo trazendo resultados do estudo até o momento, o qual se encontrava em uma fase bastante embrionária da pesquisa.

Ao longo do último ano, através de reuniões periódicas, estudos de livros, artigos, legislação e etc., conseguiu-se avançar na pesquisa do tema, analisando os seguintes aspectos do financiamento de campanhas eleitorais: sua inserção na reforma política, o histórico da questão na legislação brasileira, os possíveis sistema de financiamento, a atualidade da questão e, finalmente, de que forma a chegada da questão ao STF caracteriza mais um caso de judicialização da política no Brasil. Tais aspectos serão analisados a seguir.

Ao falar-se da anexação do assunto “financiamento de campanhas eleitorais” ao grande tema da reforma política, pode-se dizer que o Brasil consiste em uma “democracia eleitoral”, ou seja, há eleições periódicas e liberdade de expressão, entretanto, falta igualdade material capaz de promover uma democracia plena. Dessa forma, os cidadãos têm exigido uma mudança no modelo político e eleitoral. E, ao reformar-se a democracia brasileira, é de extrema importância que seja revista a questão do financiamento de campanhas eleitorais. O financiamento de campanhas não só é um dos tópicos a serem debatidos na reforma política, como também é um dos temas de maior efervescência no momento. Escândalos de corrupção envolvendo a parceria entre grandes empresas e políticos detentores de mandato fazem com que o assunto volte à tona e a sociedade clame por uma reforma nesse sentido.

O segundo ponto a ser abordado dentro do financiamento de campanhas eleitorais é a forma pela qual a legislação brasileira tratou e tem tratado esse tema. A regulamentação do poder econômico sobre as eleições no Brasil não é tão antiga quanto o processo eleitoral e o voto em sentido amplo. Por muito tempo, tivemos eleições nas quais sequer era cogitado observar e normatizar a interferência do dinheiro. Isso talvez fosse consequência da própria configuração social e econômica da sociedade brasileira da época, que não clamava por tal disciplina. Entretanto, a partir da era Vargas, cresceu no Brasil a industrialização e a circulação monetária e, portanto, o dinheiro passou a ter mais força em nossa sociedade. Dessa forma, nesse período, surgiram os primeiros movimentos legislativos no sentido de regular a matéria, como a inclusão da Justiça Eleitoral na Carga Magna de 1935 e o Código Eleitoral de 1950.

A revolução de 1930 e o primeiro período Getulista (1930-1945), na medida em que representaram a superação de boa parte do modelo político, social e econômico da República Velha, parecem ter sido marcos importantíssimos também para a questão do financiamento de campanhas. (MACHADO, 2008, p. 185-186).

Mais tarde, com a ditadura militar, a democracia brasileira sofreu um retrocesso. Entretanto, com o objetivo de não deixar crescerem os partidos de oposição, muitos diplomas legais sobre o tema foram criados nesse período. Assim sendo, apesar de ser um baque à democracia, o período militar contribuiu para o desenvolvimento da legislação brasileira no que tange ao financiamento de campanhas eleitorais. Cita-se o exemplo da Lei Orgânica dos Partidos Políticos (Lei 5.682 de 1971)

Finda a ditadura militar, houve a abertura política e a redemocratização. Após a promulgação da Constituição Federal, surgiram leis de vital importância

para a disciplina do financiamento de campanhas, as quais até hoje vigoram e regem especificamente o tema, como as leis 9.096/95 e 9.504/97.

Vista a questão histórica do financiamento de campanhas, passa-se a verificar quais são os possíveis sistemas de financiamento de campanhas a serem adotados. Atualmente, no Brasil vigora o sistema misto, o qual é composto por doações privadas e pela parte pública, advinda do fundo partidário. Entretanto, um possível sistema seria o exclusivamente público, o qual conta com benefícios trazidos pelos autores tais como: fortalecer partidos, maior transparência, maior igualdade e, a principal vantagem: candidatos não mais ficariam presos às trocas de favores. Segundo Teixeira Filho (2013, p. 27), nosso sistema acarreta uma união corrompida entre políticos e financiadores, gerando dependência daqueles em relação a estes. Observa-se isso nos escândalos envolvendo relações indecentes entre eles.

Há também o financiamento exclusivamente privado, o qual recebe muitas críticas, porém, possui vantagens tais como: simplicidade e abertura ao processo eleitoral e ausência de gastos estatais com o financiamento de campanhas.

Atualmente, a questão do financiamento de campanhas eleitorais encontra-se sendo debatida no STF através de uma Ação Direta de Inconstitucionalidade proposta pela Ordem dos Advogados do Brasil. Há algumas décadas se debate a reforma política no Brasil, sempre cobrando que o Legislativo opere no sentido de alterar o modo como corre o processo eleitoral. Entretanto, a grande decisão acerca do financiamento de campanhas eleitorais está sendo tomada pelo STF, em mais um caso de judicialização da política. Segundo Tate (1995, *apud* DE CASTRO, 1997), “[a] interação dos tribunais com o sistema político tem atraído a atenção de cientistas sociais recentemente. A forma dessa interação depende de diversos fatores, que podem variar de sociedade para sociedade”. Tal fenômeno ocorre quando o judiciário avança sobre competências que, *a priori*, deveriam pertencer a um dos outros dois poderes, ferindo o princípio da separação dos poderes outrora proposto por Montesquieu.

Afirma Montesquieu que uma experiência eterna atesta que todo homem que detém o poder tende a abusar do mesmo.

Vai o abuso até onde se lhe deparem limites. E para que não se possa abusar desse poder, faz-se mister organizar a sociedade política de tal forma que o poder seja um freio ao poder, limitando o poder pelo próprio poder (BONAVIDES, 2006, p. 148).

Dessa forma, ao julgar uma matéria que diz respeito à reforma política, o Judiciário brasileiro acaba avançando na competência dos dois poderes que são tipicamente políticos: o Executivo e o Legislativo. Não se quer aqui afirmar que o STF agiu de forma ilegal ao julgar a ADI em questão. O judiciário deve responder à sociedade, quando provocado. O que se questiona é a omissão do Legislativo, ocasionando a chegada de tais questões à esfera judicial, mesmo não sendo este o poder competente para decidir os rumos da política. Tanto é que, ao encerrar, seu voto, o ministro Barroso defende a reforma política e afirma que essa deve ser realizada pelo Legislativo, pois ao Judiciário falta competência para tanto.

4. CONCLUSÕES

As discussões aqui abordadas permitem algumas conclusões e considerações acerca do financiamento de campanhas eleitorais e da reforma política da democracia brasileira como um todo.

Em primeiro lugar, ficou evidente que o financiamento de campanhas eleitorais é tema de suma importância quando se fala em reforma política, sendo, inclusive, um dos aspectos da reforma política mais discutidos (se não o mais

discutido) na atualidade. Depois, mostrou-se que o financiamento de campanhas eleitorais positivado é mais recente que as próprias eleições no Brasil. Entretanto, assim que o dinheiro passou a ter forte influência na sociedade, passou-se à preocupação de sua influência no pleito. Analisadas as possibilidades de modelos de financiamento de campanhas, estabeleceram-se alguns pontos favoráveis de cada um deles. Ambos apresentam aspectos positivos e negativos, sendo necessário analisar qual deles melhor se encaixa no atual contexto democrático do Brasil. Posteriormente, foi mostrado como se encontra a questão do financiamento de campanhas hoje: em litígio no STF, através da propositura de uma Ação Direta de Inconstitucionalidade proposta pela Ordem dos Advogados do Brasil. Por fim, esclareceu-se de que forma a chegada da demanda à Suprema Corte apresenta-se como mais um caso de judicialização da política e enfraquecimento da representatividade do poder legislativo.

Ficou ainda mais clara a necessidade de uma reforma política no Brasil, e trazendo o financiamento de campanhas como um dos temas-chave. O assunto deve ser debatido e decidido com inteligência, para que encontremos um sistema eleitoral condizente com a democracia brasileira. Não obstante, é fundamental que se diga que não existe reforma política sem reforma do pensamento político, que, por sua vez, pressupõe uma reforma da educação e uma reforma ética das condições econômicas e sociais do modo de viver.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARROSO, L.R. **Voto na ADI 4.650/DF**. Relator Ministro Luiz Fux. Brasília: Supremo Tribunal Federal, 2014. Acessado em 17 de julho de 2014. Disponível em: <<http://www.luisrobertobarroso.com.br/wp-content/uploads/2014/05/Voto-sobre-financiamento-de-campanha-ADI-46501.pdf>>

BONAVIDES, P. **Ciência Política**. 12.ed. São Paulo: Malheiros Editores, 2006.

DE CASTRO, M.F. O Supremo Tribunal Federal e a Judicialização da Política. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 12, n. 34, p. ?, jun. 1997.

FLEISCHNER, D.; LÚCIO, M. de L.; REIS, M.J. **Reforma política, instituições eleitorais e capital social**. Brasília: Secretaria de Assuntos Legislativos do Ministério da Justiça, 2009. (Série Pensando o Direito, n.20).

FÓRUM SOCIAL BRASILEIRO. **Plataforma da Reforma do Sistema Político Brasileiro** (Versão para debate). [S.l.: s.n., 2014?].

GIL, A.C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2002

MACHADO, M.P. O financiamento das campanhas eleitorais: perspectivas para uma reforma política. In: CAGGIANO, Monica Herman S. (Org.) **O voto nas Américas**. São Paulo: Minha Editora, 2008, p. 183-217.

TEIXEIRA FILHO, A. **Financie um candidato: compre um político**. 2.ed. Pelotas: Editora do Autor, 2013.