

Alto custo das campanhas se deve em parte ao gigantismo dos colégios eleitorais, obrigando candidatos a percorrer grandes distâncias e atingir, por vezes, milhões de eleitores

Eleições no Brasil são as mais caras do mundo

SE O ELEITOR imaginar que, para ser deputado federal ou estadual em São Paulo, o candidato terá que fazer campanha em 645 municípios e, se for em Minas Gerais, terá que percorrer 853 municípios, poderá entender por que as eleições brasileiras são consideradas pelos especialistas como as mais caras do mundo.

O sistema eleitoral adotado pelo país desde 1945 (o proporcional de listas abertas para preencher as vagas na Câmara dos Deputados, nas assembleias estaduais e mesmo nas câmaras municipais) obriga o candidato a disputar votos em uma área física muito grande.

— Faz com que ele seja quase um partido isolado. Disputa a eleição contra tudo e contra todos, até contra seus próprios colegas de partido — explica o consultor legislativo Arlindo Fernandes, um dos especialistas do Senado em direito constitucional e eleitoral.

Ao lado disso, há razões extrajurídicas, como define Fernandes. Gastos elevados podem resultar em sucesso nas eleições, segundo o consultor, pela fragilidade de boa parte do eleitorado, suscetível à influência do poder econômico e das máquinas administrativas, combinada à instrução formal e política limitada.

Algumas estimativas publicadas na imprensa, com base em dados do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), mostram que o Brasil terá este ano a eleição mais cara da sua história. Porém, ainda não há estudo comparativo como o do cientista político norte-americano e brasileiro David Samuels. Publicado em 2006, continua a ser referência. Samuels comparou os gastos eleitorais de 1994 no Brasil, entre US\$ 3,5 bilhões e US\$ 4,5 bilhões, com os dos



Leo Dumond/Alto

Em estados como São Paulo ou Minas, os candidatos precisam chegar a milhões de eleitores em centenas de municípios

Estados Unidos em 1996, de cerca de US\$ 3 bilhões.

Além de superior em valores nominais, os gastos no Brasil não incluem o chamado horário eleitoral gratuito, que se trata, de fato, de benefício fiscal dado às emissoras de rádio e TV. Elas são ressarcidas por meio desse benefício. Nos EUA, os candidatos gastam boa parte das verbas de campanha com rádio e TV.

O debate no Congresso para alterar o atual sistema eleitoral e de financiamento de campanhas deve ser retomado no próximo ano. Só que o consultor defende que se leve em conta o que ocorreu com a legislação eleitoral após a Constituição de 1988. Ela vedou a contribuição das empresas para as campanhas. Apenas as pessoas físicas podiam doar. O resultado, segundo ele, foi que tivemos o período em que mais ocorreu financiamento irregular de campanha, o chamado caixa dois.

Tanto assim que o relatório da Comissão Parlamentar Mista de Inquérito do PC Farias, como ficou conhecida, recomendou que fosse alterada a lei para permitir a contribuição das empresas, limitado o valor. Essa mudança foi feita em 1997.

— A discussão agora é se o financiamento por entes privados, empresas ou pessoas físicas, deve ser vedado ou continuar permitido — situa Fernandes.

O financiamento público de campanha continua sendo tema controverso e polêmico. O consultor sustenta que é melhor regulamentar essas contribuições privadas, obrigando que uma parte dos recursos seja recolhida a um fundo destinado a todos os candidatos. A outra parte do dinheiro iria para o candidato escolhido pelo doador. Uma das propostas, segundo Fernandes, é estabelecer limites nominais de doação para campanha, como R\$ 200 mil ou R\$ 300 mil, por exemplo, além

de manter a proporção sobre o faturamento das empresas, como determina a legislação atual.

Para reduzir o custo, é importante reduzir a circunscrição eleitoral. Enquanto um candidato a deputado federal ou estadual em São Paulo tem que fazer campanha para quase 32 milhões de eleitores, o postulante na Inglaterra, nos EUA e na Alemanha se dirige a um eleitorado entre 75 mil e 100 mil pessoas. Segundo o consultor, os dois primeiros países adotam o chamado sistema distrital puro. Na Alemanha, é misto, combinando voto distrital com proporcional.

— Em qualquer um deles, o custo é muito inferior ao brasileiro — compara Fernandes.

**eleições
2014**

Evolução do custo de voto (em R\$)



Experiências em outros países podem contribuir

Alguns sistemas de financiamento de campanhas eleitorais em outros países conseguiram custos muito inferiores ao do Brasil. As informações pertencem a estudos da Consultoria Legislativa do Senado.

ESTADOS UNIDOS
Até o final de 2003, vigorava regra estrita para as contribuições diretas de indivíduos a candidatos (até US\$ 1 mil por ano e ciclo eleitoral) e a partidos (até US\$ 25 mil por ano e ciclo eleitoral). Havia

brecha legal que permitia doações acima desses limites por empresas, sindicatos e indivíduos. Propagandas nos meios de comunicação sobre temas específicos de interesse dos financiadores também podiam ser custeadas por empresas e sindicatos. Só que o escândalo da Enron demonstrou a fragilidade do sistema. O Congresso aprovou alterações na legislação, impondo restrições severas ao uso do chamado *soft money* (doações a partidos, menos sujeitas a regulações

federais), estabelecendo novos limites para as contribuições de pessoas físicas e jurídicas.

ALEMANHA
Ao contrário do Brasil, o princípio que rege a legislação sobre financiamento de campanha é o da proteção de partidos e candidatos da influência de grandes financiadores. Os gastos eleitorais são reembolsados pelo governo. Há também subsídio público a contribuições e doações privadas.

FRANÇA
Optou pelo financiamento público de campanha, proibindo as contribuições de pessoas jurídicas e sindicatos.

CANADÁ
O financiamento é misto. O público consiste em renúncia fiscal de parte do Imposto de Renda dos doadores a partidos e candidatos e reembolso parcial dos gastos de campanha. A legislação canadense não limita as contribuições privadas às campanhas.

Projetos

Desde 2005, vários senadores apresentaram projetos para alterar o financiamento eleitoral no Brasil. Conforme levantamento da Consultoria Legislativa do Senado, 18 continuam em tramitação:

■ PLS 140/2012

Cria o Fundo Republicano de Campanha e dispõe sobre as doações e contribuições de pessoas físicas e jurídicas para as campanhas eleitorais.

■ PLS 441/2012

Altera legislação sobre eleições para reduzir o tempo e diminuir o custo das campanhas eleitorais e dá outras providências.

■ PLS 280/2012

Institui a prestação de contas em tempo real pelos candidatos, partidos e coligações durante a campanha eleitoral.

■ PLS 268/2011

Dispõe sobre o financiamento público exclusivo das campanhas eleitorais e dá outras providências.

■ PLS 659/2011

Altera a legislação para prever representação e sanção para os doadores que efetuarem doações vedadas às campanhas eleitorais.

■ PLS 199/2010

Estabelece normas para as eleições, para vedar doação em dinheiro ou estimável em dinheiro a partido e candidato, por pessoa física ou jurídica condenada por qualquer espécie de crime, enquanto durarem os efeitos da correspondente sentença, ou que esteja incluída no cadastro dos autuados por trabalho escravo e dá outras providências.

■ PLS 153/2009

Veda o financiamento de campanha eleitoral por pessoa jurídica que tenha firmado contrato administrativo com a administração pública pertinente a obras, serviços, inclusive de publicidade, compras, alienações e locações, decorrente de licitação ou de sua dispensa.

■ PLS 284/2005

Disciplina o financiamento das eleições.

Saiba mais

Lei Eleitoral (Lei 9.504/1997)
<http://bit.ly/Lei9504de97>

“Financiamento de campanhas eleitorais”, de Caetano Araújo
<http://bit.ly/CaetanoAraujo>

“Financiamento de campanhas no Brasil e propostas de reforma”, de David Samuels
<http://bit.ly/DavidSamuels>

Vídeo de entrevista com o consultor Arlindo Fernandes
<http://bit.ly/Cidadania485>

Lista completa
<http://bit.ly/projetosFinanciamento>

Veja todas as edições do **Especial Cidadania** em www.senado.leg.br/especialcidadania