

Eleições brasileiras estão entre as mais caras

Os custos de uma campanha presidencial no Brasil são superiores aos dos EUA, sendo que o candidato norte-americano paga o tempo de propaganda em rádio e TV

A COMISSÃO DE Reforma do Código Eleitoral deverá discutir formas de baratear as eleições brasileiras. “Elas estão entre as mais caras do mundo”, afirma o advogado-geral do Senado, Luiz Fernando Bandeira de Mello, que integra a comissão. O trabalho que respalda essa afirmação foi elaborado pelo cientista político norte-americano e brasileiro David Samuels e publicado em 2006. Ele compara as despesas com as eleições brasileiras de 1994, que variaram entre US\$ 3,5 bilhões e US\$ 4,5 bilhões, com as de 1996 nos Estados Unidos, que custaram cerca de US\$ 3 bilhões.

E há ainda outro ponto importante: os gastos no Brasil não incluem o custo do horário

eleitoral gratuito, pelo qual as emissoras de rádio e tevê são ressarcidas por meio de benefício fiscal no Imposto de Renda. Só este ano estão orçados R\$ 851,11 milhões, segundo a Receita (veja *Especial Cidadania* de 17 de agosto). Nos EUA, os candidatos gastam boa parte dos recursos com rádio e TV.

Nas eleições de 1994 e 1998, segundo Samuels, o candidato à Presidência Fernando Henrique Cardoso declarou ter gasto mais de US\$ 40 milhões, mesmo sem pagar por nem um minuto do seu tempo na televisão. Já Bill Clinton, em 1996, gastou boa parte dos US\$ 43 milhões que levantou comprando tempo na TV. Os números indicam “que as eleições presidenciais no Brasil

são quase tão caras quanto as americanas”, avalia Samuels.

Mas o que encarece tanto as eleições no Brasil? Segundo especialistas, o sistema eleitoral de voto proporcional com listas abertas. Ou seja, o número de cadeiras de cada partido ou coligação obedece à proporção de votos conquistados pela lista de cada um deles. Os eleitos são classificados de acordo com a posição na lista, definida pela quantidade de votos que cada nome recebeu.

“Isso transforma a campanha de cada candidato em um centro de arrecadação e gastos, em competição com as demais campanhas do próprio partido ou coligação”, explica o consultor do Senado Caetano Araújo.



Al Gore e Bill Clinton, ganhadores em 1996: eleições nos EUA custam menos

Regras para doações preveem punições para quem exceder os limites

Quem mais financia as campanhas eleitorais no Brasil são as empresas, apesar de o modelo de financiamento brasileiro ser considerado misto, com participação de recursos privados e públicos (benefícios fiscais pelo horário gratuito na TV e nas rádios, além do Fundo Partidário).

A Lei Eleitoral (9.504/97) diz que as contribuições de pessoas jurídicas estão limitadas a 2% do faturamento bruto do ano anterior, mas não há nada

que impeça as empresas de fazerem doações para mais de um partido ou candidato.

A lei prevê punições para quem ultrapassar o limite: multa de cinco a dez vezes a quantia excedida, além da proibição por cinco anos de participar de licitações públicas ou firmar contratos com o poder público.

Há um ilícito disseminado no país, conhecido como caixa dois. Recursos não contabilizados pelas empresas e não

incluídos na prestação de contas apresentadas aos tribunais eleitorais financiam partidos e candidatos.

Pessoas físicas podem doar até 10% dos rendimentos brutos do ano anterior. Esse limite só não se aplica a doações estimáveis em dinheiro quando forem relativas ao uso de bens móveis e imóveis do doador. Nesse caso, não pode passar de R\$ 50 mil.

Para doar, segundo alguns especialistas, não precisa ser

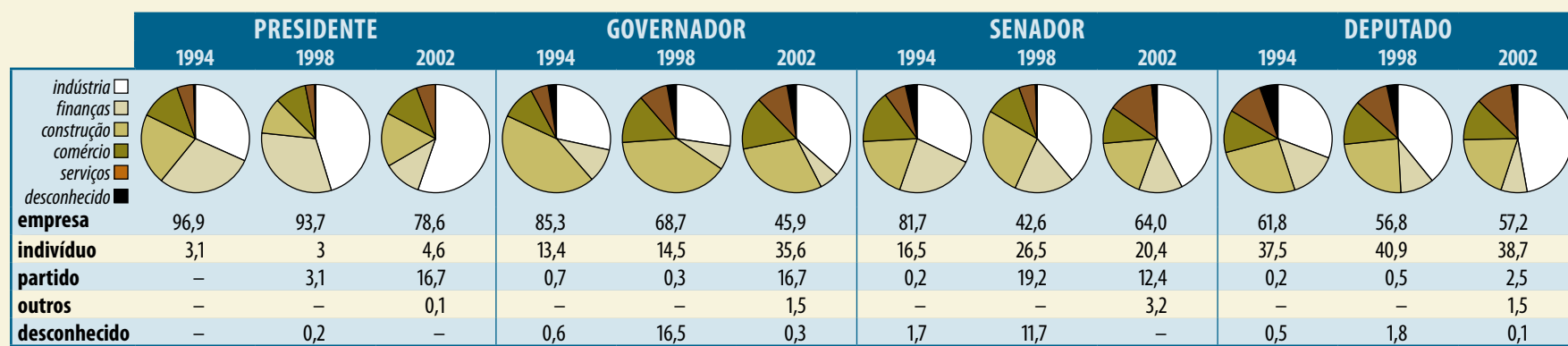
necessariamente eleitor, mas pessoa maior de 18 anos e com CPF próprio. Os menores e incapazes, por qualquer motivo, que quiserem fazer doações poderão fazê-lo desde que acompanhados de responsáveis, por meio de representação civil.

Mas há um dispositivo da Lei Eleitoral (artigo 27) considerado bastante polêmico. Ele permite apenas a quem for eleitor apoiar o candidato de sua preferência até a

quantia equivalente a mil Ufirs (R\$ 1.064, conforme valor usado pela Justiça Eleitoral), já que a Unidade Fiscal de Referência (Ufir), extinta pela Lei 10.522/02, não foi substituída por outro indicador monetário. Essa doação não está sujeita a contabilização, ou seja, não precisa entrar na prestação de contas de campanha. Segundo alguns especialistas, isso tem funcionado como brecha legal para fraudes e outras irregularidades.

Fontes de contribuição

A indústria responde pela maior fatia das doações eleitorais para praticamente todos os cargos eletivos, exceto governador, em que o setor de construção também tem forte presença



Fonte: TSE / Financiamentos de Campanha no Brasil e Propostas de Reforma - David Samuels

Saiba mais

Lei Eleitoral (Lei 9.504/97)
www.planalto.gov.br/ccivil/leis/L9504.htm

Lei dos Partidos Políticos
www.planalto.gov.br/ccivil/leis/L9096.htm

“Financiamento de campanhas eleitorais”, de Caetano Araújo
Revista de Informação Legislativa, 161 (2004)
www2.senado.gov.br/bdsf/item/id/931

“Financiamento de campanhas no Brasil e propostas de reforma”, de David Samuels
Reforma política: lições da história recente
<http://migre.me/1mdfM>

Especial Cidadania 314 (17 de agosto de 2010)
“Emissoras são compensadas por horário eleitoral”
<http://migre.me/1mpwU>

Conheça o financiamento de campanha em alguns países

O levantamento mais recente realizado pela Consultoria do Senado sobre financiamento de campanhas eleitorais data de 2004. No trabalho, o consultor Caetano Araújo relata alguns exemplos que mostram como o sistema funciona em outros países. Leia a seguir alguns dos aspectos mais importantes.

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.

Estados Unidos – Até o final de 2003, vigorava regra estrita para as contribuições diretas de indivíduos

a candidatos (não podiam ser superiores a US\$ 1 mil por ano e ciclo eleitoral) e a partidos (não podiam ultrapassar 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 em torno de 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* e estabelecendo novos limites para as contribuições de pessoas físicas e jurídicas às campanhas eleitorais.

França – Optou recentemente pelo

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

Itália – Em 1997, a lei que dispunha sobre o financiamento público de campanha (de 1974) foi substituída por um modelo de “financiamento voluntário dos partidos políticos”. Em 1999, surge uma nova legislação disciplinando as contribuições voluntárias e o reembolso público de gastos de campanha.

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 (só proíbe as anônimas e aquelas provenientes do exterior).