



CENTRO DE EDUCAÇÃO SUPERIOR REINALDO RAMOS - CESREI
FACULDADE REINALDO RAMOS - FARR
CURSO BACHARELADO EM DIREITO

ALYSSON DEYBSON DE OLIVEIRA LEITE

DINHEIRO PÚBLICO DIRECIONADO PARA CAMPANHAS ELEITORAIS

CAMPINA GRANDE – PB

2020

ALYSSON DEYBSON DE OLIVEIRA LEITE

DINHEIRO PÚBLICO DIRECIONADO PARA CAMPANHAS ELEITORAIS

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Faculdade Reinaldo Ramos -
CESREI, como requisito parcial para a
obtenção do título de Bacharel em Direito.

Orientador: Prof. Esp. Jardon Souza Maia

Campina Grande- PB

2020

L533d Leite, Alysson Deybson de Oliveira.

Dinheiro público direcionado para campanhas eleitorais / Alysson Deybson de Oliveira Leite. – Campina Grande, 2020.

23 f. : il. color.

Monografia (Graduação em Direito) – Faculdade Reinaldo RamosFAAR, Centro de Educação Superior Reinaldo Ramos-CESREI, 2020.

"Orientação: Prof. Esp. Jardon Souza Maia".

1. Direito Eleitoral – Brasil – Financiamento. 2. Campanha Eleitoral –

Dinheiro Público. 3. Campanha Eleitoral – Financiamento. I. Maia, Jardon Souza.

II. Título.

CDU 342.8(81)(043)

ALYSSON DEYBSON DE OLIVEIRA LEITE

DINHEIRO PÚBLICO DIRECIONADO PARA CAMPANHAS ELEITORAIS

Aprovada em: ____ de _____ de _____.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Esp. Jardon Souza Maia

Centro de Educação Superior Reinaldo Ramos - CESREI
Orientador

Prof. Me. Rodrigo Araújo Reul

Centro de Educação Superior Reinaldo Ramos - CESREI
1º Examinador

Prof. Me. Rodrigo Silveira Rabello de Azevedo

Centro de Educação Superior Reinaldo Ramos - CESREI
2º Examinador

RESUMO

O Brasil tem um processo eleitoral que é estruturante desde muito tempo e com isso vemos como é difícil reestruturar seus diversos aspectos, diante dos diversos casos de corrupção de um passado recente se torna mais do que necessário uma pesquisa que mostre de forma clara como é o sistema de financiamento das campanhas eleitorais. Sobretudo, já acrescento que a pesquisa não traz uma solução e sim uma forma de vermos e daí termos bases para uma mudança mais eficiente e dentro da perspectiva de financiamento do dinheiro público. O processo de financiamento pode muito bem ser melhorado na suas formas de transparência e divulgação das informações, cada vez se faz necessário ser igualitário e democrático, evitando os escândalos de superfaturamento que quase destruiu o país e suas instituições. Para que assim o financiamento atenda a sua real função de harmonização dentro do sistema eleitoral. A estrutura que hoje vemos vem sofrendo algumas mudanças significativas tidas no sistema eleitoral para se realizar uma campanha mais clara, objetiva e de modo cada vez mais eficiente, é necessário estabelecer uma estrutura mais eficiente para o transcurso do dinheiro público financiado para o pleito eleitoral. Objetivo da pesquisa é isso elucidar de forma técnica o processo de financiamento dentro da estrutura do sistema eleitoral. Sendo assim, a pesquisa ensejar mostrar dados técnicos e jurídicos aos ditames do processo de financiamento de campanhas eleitorais e com isso trazer um melhor esclarecimento que permeia o advento do financiamento de campanha e com isso as possíveis mudanças que ocorreram na legislação atual. Nesse meio tempo que antecede as eleições o objetivo é fazer uma amostragem com dados e dentro da lei fazer comparações e prever mudanças para um ambiente de pouca informações concisas e assim ter uma clara visão do processo, do destino do dinheiro e suas possíveis consequências para as campanhas eleitorais. .

Palavras – chave: Financiamento, .Campanha eleitoral. Dinheiro Público.

ABSTRACT

The Brazil has an electoral process that has been structuring for a long time and with this we see how difficult it is to restructure with its various cases of corruption from a recent past, a survey that clearly shows what the campaign financing system is like. I would add that research does not bring a solution but a way of seeing and therefore we have the basis for more efficient change and within the perspective of financing public money. The financing process can very well be improved in its forms of transparency and disclosure of information and increasingly be, egalitarian and democratic, avoiding the overbilling scandals that almost destroyed the country and its institutions. In order for funding to meet its real harmonisation function within the electoral system. The structure that we see today has undergone some significant changes in the electoral system to carry out a clearer campaign, objective and in an increasingly practical way, it is necessary to establish a more efficient structure for the transfer of public money financed for the election. The objective of the research is to elucidate in a technical way the financing process within the structure of the electoral system. Thus, the research will show technical and legal data to the dictates of the process of financing election campaigns and thus bring a better clarification that permeate the advent of campaign financing and thereby possible changes in current legislation. In the meantime leading up to the elections. The goal is to make a sampling with data and within the law make comparisons and predict changes to an environment of little concise information and thus have a clear view of the process and destination of money for the campaigns electoral. .

Keyword: Financing . Election campaign. Public Money

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	2
1. VISÃO SOBRE O FINANCIAMENTO PÚBLICO DE CAMPANHAS ELEITORAIS.....	4
1.1 Dinheiro público destinado para campanhas eleitorais e o direito financeiro	8
1.2 lei de diretrizes orçamentária.....	8
2 DINHEIRO PÚBLICO DIRECIONADO PARA CAMPANHAS ELEITORAIS.....	10
2.1 financiamento de campanha eleitoral.....	11
2.2 O processo do dinheiro público destinado para campanhas eleitorais	2.3
problema do financiamento de campanha eleitoral	12
3. CONHECENDO O DINHEIRO PÚBLICO DESTINADO PARA CAMPANHAS ELEITORAIS.....	14
.....	14
3.2. Tipos de dinheiro público destinado para campanhas eleitorais	17
3.3 Fiscalização do dinheiro público nas campanhas eleitorais.....	19
CONSIDERAÇÕES FINAIS	20
REFERÊNCIAS.....	22

INTRODUÇÃO

Podemos afirmar, o sistema de processo do financiamento de campanha ainda longe de abarcar com eficiência os desdobramentos que envolvem o sistema eleitoral no país. Contudo, com o advento das campanhas eleitorais deste ano o número de dinheiro destinado para campanhas eleitorais bate mais um recorde, a verba de início era de R\$ 1.8 bilhões, e no final com as mudanças feita pela preldência subiu e está em R\$ 3.7 bilhoes de reais.

Neste contexto, com a proibição do financiamento privado para campanha, o financiamento público de campanhas voltou a ter um foco ainda maior e mais acirrado. Entretanto, a forma de financiamento que o poder público se utilizar são fundo eleitoral e o fundo partidário, e propaganda gratuita no rádio e na tv a priori, existem outras formas, essas são as mais conhecidas e vista.

No primeiro capítulos vamos ter uma noção da visão do financiamento de campanhas e com desenvolver na presente pesquisas essas formas vão ficando mais claras no decorrer dos demais capítulos, permitindo assim termos uma gama de informações mais ampla, como a origem da receita e dos gastos públicos. Como também uma breve explanação da lei de diretrizes orçamentárias (LDO), analisando como é feito dentro do âmbito legais e como podemos entender mais o suas peculiaridades na prática.

O segundo capítulo temos uma análise do dinheiro propriamente dito e também o processo e os problemas que envolvem o financiamento de campanhas eleitorais.

E no terceiro capítulo e a parte final teremos uma explanação sobre as formas de fiscalização e controle interno e externos no que se refere ao financiamento de campanhas eleitorais. Contudo, os dados coletados foram retirados de artigos e sites credenciados e da legislação que vigora, trazendo também uma comparação breve dos modelos de financiamentos em outros países. Vale ressaltar que as formas de financiamentos de campanhas é um direito constitucional ao sufrágio e devem ser responsabilidade dos órgãos que compõem o sistema eleitoral tornar-se o mais claro e eficiente sua destinação

Nesse sentido, o presente trabalho tem por objetivo se debruçar sobre este aspecto da atual crise política: a reforma do modelo brasileiro de financiamento de campanhas eleitorais. Em um primeiro momento, a fim de nos situarmos na discussão, analisaremos os principais modelos existentes no mundo a luz do direito comparado.

Em seguida discutimos o desenvolvimento das últimas eleições que ocorreram no Brasil, bem como o que dispõe a atual legislação. Por fim, analisaremos o capítulo mais recente desta discussão que a fiscalização e os mecanismo de combate interno e externo, para a propositura dos gastos e das despesas que o governo destina às campanhas eleitorais.

Espera-se concluir este estudo com uma maior compreensão de como funciona o sistema de financiamento de campanhas eleitoral brasileiro no que tange aos seus custos e receitas, de forma que possamos nos posicionar sobre este tema, o qual é tão caro e afeta a população em todos os aspectos e assim dentro das mudanças que ocorrerão no processo de financiamento venha uma maior compreensão de quem faz parte dos ditames políticos do Brasil.

1. VISÃO SOBRE O FINANCIAMENTO DE CAMPANHAS ELEITORAIS

Nesta modalidade de financiamento, às campanhas eleitorais são custeadas e financiadas principalmente dos doadores privados, de forma estruturada em grupos como em grande empresas, sindicatos e associações.

Trata-se desta forma de financiamento de campanhas, muito ligado as estrutura política antiga, onde os mesmos tinham controle subjacente e sustentam as organizações partidária com seus próprios recursos.

Contudo, o sistema busca os recursos de doações de pessoas físicas sejam de filiados ou não, isso é, de grande importância para compor a base dos partidos a ligação em torno torna forte e se busca os interesses dos eleitores configurando assim um jogo de trocas inevitáveis e o famoso `toma lá, dá cá`.

Contudo, não se compara ao sistema de doações de empresas que veremos na figura 1 o montante, isso das dez maiores empresas doadoras para financiar as campanhas eleitorais.

Figura 1 - "A arrecadação até agora." (Editada)¹

Os principais doadores					
EM MILHÕES DE REAIS					
Dilma		Campos/Marina			
OAS S/A	20,00	JBS S/A	6,00	Aécio	
JBS S/A	15,00	Construtora OAS S/A	4,10	Sucoitrico Cutrale Ltda	2,50
Construtora Andrade Gutierrez S/A	11,00	Copersucar S/A	1,75	Itaú Unibanco S/A	2,00
CRBS S/A (Ambev)	6,00	Atasuco Aromas e Sucos Ltda (Ambev)	1,50	Construtora OAS S/A	2,00
UTC Engenharia S/A	5,00	Arosuco Aromas e Sucos Ltda (Ambev)	1,50	Votorantim Cimentos S/A	1,10
Flora Produtos de Higiene e Limpeza S/A	5,00	Cosan Lubrificantes e Especialidades S/A	1,00	UTC Engenharia S/A	1,00
Construtora Triunfo S/A	5,00	Bradesco Vida e Previdência S/A	1,00	Odebrecht Óleo e Gás S/A	1,00
Braskem S/A	4,15	Construtora Andrade Gutierrez S/A	0,80	MRV Engenharia e Participações S/A	1,00
Amil Assistência Médica Internacional S/A	4,00	Intertechne Consultores S/A	0,75	Construtora Norberto Odebrecht S/A	1,00
Banco BTG Pactual	3,25	Amil Assistência Médica Internacional S/A	0,65	Braskem S/A	1,00
				Porto Seguro Companhia de Seguros Gerais	0,50

FONTE: ESTADO DADOS E TRANSPARÊNCIA BRASIL

INFOGRAFO/ESTADO DADOS

¹Disponível em: <<http://politica.estadao.com.br/noticias/eleicoes,tres-empresas-bancam-39-da-campanha,1555032>> Acesso em Nov. 2018.

Os interesses das empresas são válidos sim e podem caminhar juntas, mas a busca por facilitações em empreendimentos volumosos e de grandes estruturas fazem com os doadores se fartem dos benefícios e das contrapartidas dos seu aliados. Veja bem, os candidatos à presidência somados às contribuições chegam a casa dos R\$ 64 milhões. Os grupos econômicos são os maiores do Brasil.

Sete corporações doaram a mais de um candidato recursos grandes o bastante para aparecerem na lista dos seus dez maiores financiadores.

Três grupos econômicos (Construtora OAS, Frigorífico JBS e Construtora Andrade Gutierrez) doaram e somas equivalentes a 39% de todo o total de doações existentes, um valor correspondente a R\$ 64 milhões.

Destes três grupos, um deles a (Construtora OAS) aparece na lista dos dez maiores contribuintes dos três principais candidatos, com doações que somavam, até o momento do levantamento destes dados, R\$ 26,1 milhões.

Pois bem, diante dos valores arrecadados é muito difícil a não ter ingerências das grande corporações dentro da política e assim buscarem facilidades nos seus empreendimentos. Exemplo: a aprovação do código florestal (lei 12.651/12) tem na sua base a proteção da vegetação nativa e colocam limites do uso das propriedades .

conforme vemos na tabela 1 os valores das doações por setores que foram beneficiados com a aprovação do código florestal. A frente parlamentar da Agropecuária (FPA) composto por 191 deputados e 11 senadores esses grandes interessados nos setores do Agronegócio. Diante dos dados coletados a bancada ruralista é responsável por maioria pela aprovação. As empresas ligadas aos que votaram na aprovação os valores são superiores a R\$ 159,6 milhões.

Tabela 1 - Valores das doações por Seção²

Setor econômico ou de atividade do doador	Valor (R\$)
---	-------------

² Fonte: Elaborada por Marcela Machado. Disponível em: http://bdm.unb.br/bitstream/10483/7449/1/2013>_

(SEÇÃO)	
Artes, cultura, esporte e recreação.	R\$ 31.600,00
Eletricidade e gás	R\$ 260.000,00
Água, esgoto, atividades de gestão de resíduos e descontaminação.	R\$ 651.410,28
Atividades imobiliárias	R\$ 487.492,36
Educação	R\$ 372.800,00
Indústrias extrativas	R\$ 939.545,95
Saúde humana e serviços sociais	R\$ 564.610,00
Alojamento e alimentação	R\$ 303.761,77
Outras atividades de serviços	R\$ 1.273.490,00
Transporte, armazenagem e correio	R\$ 1.716.684,98
Agricultura, pecuária, produção florestal, pesca e aquicultura	R\$ 1.304.311,31
Não identificado	R\$ 982.479,56
Atividades administrativas e serviços complementares	R\$ 1.562.159,24
Atividades profissionais, científicas e técnicas	R\$ 1.341.756,00
Informação e comunicação	R\$ 475.779,00
Atividades financeiras, de seguros e serviços relacionados	R\$ 4.244.768,24
Construção	R\$ 12.990.209,13
Comércio; reparação de veículos automotores e motocicletas	R\$ 12.360.488,17
Indústrias de transformação	R\$ 20.843.093,45

TOTAL GERAL	R\$ 62.499.893,49
-------------	-------------------

Tabela 2 - Custo de um voto favorável ao Novo Código Florestal

Votação na Câmara dos Deputados			Valor aproximado do voto (doações de empresas/voto favorável)
Favoráveis	Contrários	Abs tenções	-
274	184	2	R\$ 228.000,00
Votação no Senado			Valor aproximado do voto (doações de empresas/voto favorável)
Favoráveis	Contrários	Absten ções	-
59	7	0	R\$ 1.060.000,00

Fonte: Elaboração do autor.

A votação do código florestal teve a aprovação na Câmara dos Deputados por 279 dos votos em favor e os 187 foram contra com 02 duas abstenções. A votação no senado foi ampla e dentre os 81 senadores, 59 votos a favor e 7 não à aprovação. A frente parlamentar levou disso tudo o valor de R\$ 62,5 milhões do qual podemos ver que cada voto dado a favor tem suas respectivas contrapartidas, cerca de R\$ 228 mil aos deputados e R\$ 1,06 milhões aos senadores. A tabela 1 demonstra a incidência de páticas que comprometem isto é, não vemos que os interesses e está sujeita aos ditames dos grandes empresários.

1.1 DINHEIRO PÚBLICO DESTINADO PARA CAMPANHAS ELEITORAIS E O DIREITO FINANCEIRO

O direito financeiro é a base uma das bases de sustentação como também as leis específicas que norteia o arcabouço jurídico e para sua efetivação se tem três formas de utilização: Orçamento público; Obtenção de receitas; Gastos de dinheiro público.

Contudo, quando falamos das formas que o governo tem de se utilizar das ferramentas jurídicas para sua execução, devemos ver com mais firmeza sua estrutura. Os gastos do governo passam pela aprovação no Congresso Nacional e a partir disso as devidas ações são feitas pelo poder executivo. O direito financeiro tem o papel formalizar e estruturar a fiel obtenção do interesse público na atividade da administração pública.

O objetivo do direito financeiro é tornar a atividade financeira do Estado compatível com o que se estabelece em lei. Na nossa carta maior constituição Federal nos seus arts 70 a 75. Estabelece as obrigações e deveres.

A obtenção de receita agora trazendo para o âmbito das campanhas eleitorais deve seguir os ditames do orçamento anual que estabelece os gastos e as despesas com máquina pública.

Destarte o financiamento público para campanhas eleitorais não é exclusividade do Brasil, em outros países esse recurso são também público, porém seguem uma regra de fiscalizações como podemos ver abaixo. Vejamos como os outros países obtêm a melhor forma de direcionar o dinheiro público.

1.2 LEI DE DIRETRIZES ORÇAMENTÁRIA

A lei de diretrizes orçamentária é uma importante ferramenta do poder público de controle na obtenção dos requisitos que pretendem atingir na elaboração das metas e das regras que regulamenta os gastos públicos.

B. RESULTADO PRIMÁRIO ACUMULADO DO GOVERNO CENTRAL

Resultado primário acumulado do ano (2018 - 2019)



A execução do orçamento funciona por expectativas de atingir a meta que foi estipulada e assim ter como média a forma como o governo vai direcionar as próximas metas. Vamos ver com base no plano plurianual:

DA GOVERNANÇA DO PLANO PLURIANUAL DA UNIÃO Seção

I Aspectos gerais Art. 11. A governança do PPA 2020-2023 visa a alcançar os objetivos e as metas estabelecidos, sobretudo para a garantia de acesso às políticas públicas e de sua fruição pela sociedade e busca o aperfeiçoamento dos: I - mecanismos de implementação e integração de políticas públicas; II - critérios de regionalização de políticas públicas; e III - mecanismos de monitoramento, avaliação e revisão do PPA 2020-2023.(BRASIL, 2020)

Assim vemos como é importante ter uma estrutura sólida para promover as mudanças e o desenvolvimento das ações dos programas e das metas que e dos investimentos decorrentes da administração pública.

2 DINHEIRO PÚBLICO DIRECIONADO PARA CAMPANHAS ELEITORAIS

O direcionamento do dinheiro público para campanhas eleitorais tem como base constitucional e estabelece um papel fundamental democraticamente. Com a proibição do financiamento privado esses recursos devem ser exclusivamente público. Vejamos o que ela diz:

A Lei 9.504/97, no seu art. 24, e a Lei 9096/95, no seu art. 31, elencam um rol de proibições de fontes de financiamento a partidos e candidatos, tudo, certamente, no intuito primordial de dar concretude ao preceito constitucional que condena práticas clientelistas e abuso do poder econômico nas eleições. Nesse propósito, ao impedir que concessionárias e permissionárias de serviços públicos efetuassem doações, a legislação buscou servir a três objetivos específicos evidentes: (a) prevenir o surgimento de conflitos de interesse, evitando a captura de agentes públicos por doadores privados; (b) impedir a ocorrência de episódios de extorsionismo dirigidos contra empresas colaboradoras com o poder público; e (c) afastar a possibilidade de que o dinheiro público com afetação própria - a execução de serviços públicos - fosse desviado para o custeio de campanhas e partidos. (BRASIL, 1995)

A constituição não proibi ou faz restrições a mera presença de capital das empresas privadas. E sim, o uso irrestrito do poder econômico, na sua origem ou qualquer formas que for. As doações teve sua vedações em empresas vinculadas com a administração pública. Onde as evidencias diante de concessões e permissões de serviço público são evidentes.

O fundo eleitoral é alimentado com dinheiro do tesouro nacional e é direcionado ao financiamento da campanhas eleitorais. O fundo foi criado no ano de 2017 exatamente para compensar a proibição das doações das empresas.

Entretanto a distribuição do dinheiro para os candidatos é determinado pela partidos. Além do fundo eleitoral, existe o fundo partidário que é utilizados para as atividades rotineiras das legendas.

Com as eleições de 2020 o fundo eleitoral será destinada para bancar a estrutura da eleições os valores chegam a cifra de R\$ 2.5 bilhões, com objetivo de alimentar a campanha eleitoral. A pesquisa vem mostrar os valores e as

mudanças que ocorreram nas próximas eleições municipais, destaca a importância de sabermos o que acontece .

Tema sensível e de grande relevância aos eleitores que se veem a cada dia mais sem representatividade e com os recentes acontecimentos na política brasileira. Pois bem, as mudanças são inevitáveis e já aconteceram o fundo eleitoral sofreu uma redução. Em 2018 os recursos da união direcionados para as campanhas eleitorais contou com R\$ 1,7 bilhões de reais. Nas próximas eleições essa cifra vai aumentar.

Entretanto, o valor estipulado para as eleições municipais seria de R\$ 2 bilhões inicialmente, porém o congresso aprovou o aumento para o valor de R\$ 3,8 bilhões. Esse dinheiro vai para custear os candidatos e o processo das eleições.

2.1. FINANCIAMENTO DE CAMPANHA ELEITORAL

As campanhas eleitorais são o meio democrático de viabilizar uma política que vem a representar a sociedade no congresso nacional. É bom saber que quem aprova os recursos e as medidas são os deputados e senadores.

Diante disto temos hoje um orçamento que chega a casa R\$ 2,2 bilhões. O financiamento é necessário haja vista as dimensões continentais que o país tem.

A presente pesquisa buscou mostrar em dados e o principal objetivo é tornar mais clara a destinação do dinheiro para as campanhas eleitorais. A lei 13.877/19 promoveu mudanças estruturantes no cerne das coligações que compõem os partidos:

O fundo eleitoral é constituído exclusivamente do dinheiro de dotações públicas provenientes das ações da união e de recursos estatais. O fundo partidário tem valor substancial nas eleições, pois com ele é que os partidos podem estabelecer diretrizes quanto ao pleito e das proporcionalidades dos candidatos na conjuntura eleitoral. Vale ressaltar que a estrutura que irá compor as cadeiras sejam eles no âmbito do poder executivo, sejam no legislativo, se dará dessa proporcionalidade que efetiva-se no processo das eleições. O financiamento das campanhas eleitorais passa por um

rigoroso processo e ao estabelecer a sua condução ao sufrágio nas eleições também virá a responsabilidade e transparência das eleições. Concomitantemente, o financiamento público visa promover o enquadramento e a competitividade entre os candidatos e partidos no pleito eleitoral, fortificando assim o sistema pluralista, como determina o princípio da igualdade de oportunidade estabelecendo maior uniformidade.

[Art. 16-C](#). O Fundo Especial de Financiamento de Campanha (FEFC) é constituído por dotações orçamentárias da União em ano eleitoral, em valor ao menos equivalente:

I - ao definido pelo Tribunal Superior Eleitoral, a cada eleição, com base nos parâmetros definidos em lei;

II - a 30% (trinta por cento) dos recursos da reserva específica de que trata o [inciso II do § 3º do art. 12 da Lei nº 13.473, de 8 de agosto de 2017](#).

O TSE tem como atribuição aprovar e liberar recursos para as campanhas eleitorais, os partidos hoje podem usar os recursos do fundo partidário para bancar suas campanhas. Vale ressaltar que o custo das campanhas e de verbas públicas são transferidos para a sociedade, como um o efeito cascata. Para isso qual o retorno desse dispêndio e o que vai proporcionar para sociedade.

2.2 PROBLEMA DO FINANCIAMENTO DE CAMPANHA ELEITORAL

As dificuldades enfrentadas em se manter uma clara e efetiva transparência dos recursos que são destinados às campanhas eleitorais. Tornou-se o componente de extrema importância. Entretanto, nada mais normal que onde existe disputas de grandes proporções financeiras as distorções ocorram e e podem se perpetuar por quatros.

Desta feita, os problemas causados por essas discrepâncias não podem dirimir e dificultar o pluralismo das eleições. Dados mostram que nas últimas eleições as dificuldade e problemas tomaram outro patamar uma das causas são as prestações de contas, as despesas e pagamentos de funcionários dentre outras coisas que norteiam o processo eleitoral

O TSE tem uma ferramenta que processa todos os dados do que concerne às eleições no âmbito de prestações de contas, despesas etc. A secretária de tecnologia da informação vinculada com o TSE, está por sua vez disponibilizando os dados produzidos pelo o sistema eleitoral. A complexidade do

que se tornou o processo eleitoral se faz necessário, haja vista as modificações e o grande volume de informações que hoje temos. E que são de extrema importância para se estabelecer uma política mais transparência e diminuir os seus problemas

De no que se refere a prestação de contas e despesas, segundo (DECOMAIN 2017), Diz que: “um outro aspecto dos problemas enfrentados no financiamento do dinheiro público para as campanhas eleitorais é a obscuridade dos recursos dos repasses do dinheiro”. Contudo, é adquirido todo o volume que é dinheiro de ordem pública e sabemos que o princípio da publicidade deve ser apreciado neste momento para que assim possamos ter uma noção pelo menos superficial do financiamento. Segundo o TSE:

São considerados gastos eleitorais, nos termos do artigo 37, da [Resolução TSE 23.553/2017](#):

- Confecção de material impresso de qualquer natureza, observado o tamanho fixado no § 2º do art. 37 e [nos §§ 3º e 4º do art. 38](#) da Lei nº [9.504/1997](#);
- Propaganda e publicidade direta ou indireta, por qualquer meio de divulgação;
- Aluguel de locais para a promoção de atos de campanha eleitoral;
- Despesas com transporte ou deslocamento de candidato e de pessoal a serviço das candidaturas;
- Correspondências e despesas postais;
- Despesas de instalação, organização e funcionamento de comitês de campanha e serviços necessários às eleições;
- Remuneração ou gratificação de qualquer espécie paga a quem preste serviço a candidatos e a partidos políticos;
- Montagem e operação de carros de som, de propaganda e de assemelhados;

Uma das análises feita por (DECOMAIN,2017) “é ter uma transparência na obtenção de recursos que serão destinados para as campanhas eleitorais” que se deve ser feita antes de mostrarmos os impactos das despesas e dos gastos provenientes que serão destinados para as campanhas eleitorais. Os gastos públicos é a destinação feita para que os candidatos possam assim angariar votos. A **Lei nº 9.504/97**, estabelece limites para os gastos, são destinados para os gastos e limites determinados.

Então diante dos números vemos um cenário de bilhões de reais para a participação dos candidatos e seus partidos usarem em prol de se buscar votos daqueles que contribuem para o sistema eleitoral.

Vale destacar que esse dinheiro passou por um processo de aprovação no congresso nacional mediante embasamento constitucional. O problema desse tipo de exclusividade é bem difícil a sua operacionalidade e demanda alto custo para os cofres públicos.

2.3. O PROCESSO DO DINHEIRO PÚBLICO DESTINADO PARA CAMPANHAS ELEITORAIS

O processo que passa os recursos de campanhas nos últimos anos tem sofrido com as mudanças que são necessárias para o aperfeiçoamento da destinação do dinheiro público. Com os advindos das mudanças os processos também se modificam estabelecendo assim formas alternativas mais viáveis ao que se configura dentro das campanhas eleitorais.

O processo se faz necessário pois como no passado recente os recursos foram utilizados em prol e para fins ilícitos como os famigerados casos de corrupção denunciados pela operação da Lava Jato e demais outras espalhadas pelo Brasil. Tivemos recentemente a mini reforma política onde se estabeleceu algumas diretrizes a serem adotadas nos próximos pleito, ou seja, nas eleições de 2020.

Na ordem jurídica do processo aqui falo na questão de lei como será mencionada abaixo, a mini reforma trouxe uma mudança significativa no processo, antes o início do processo a lei diz:

Art. 17, 3º Somente terão direito a recursos do fundo partidário e acesso gratuito ao rádio e à televisão, na forma da lei, os partidos políticos que alternativamente:

I - obtiverem, nas eleições para a Câmara dos Deputados, no mínimo, 3% (três por cento) dos votos válidos, distribuídos em pelo

menos um terço das unidades da Federação, com um mínimo de 2% (dois por cento) dos votos válidos em cada uma delas; ou
II - tiverem elegido pelo menos quinze Deputados Federais distribuídos em pelo menos um terço das unidades da Federação.

O foco é no processo dos repassas e não na estrutura mais abrangente da eleições aqui é mais simples se da manutenção e esclarecimento quanto ao processo sem fazer acusações ou denúncias.

A questão exclusiva é sabermos como é o processo e assim termos condições de entrarmos e assim podermos reivindicar possíveis modificações em prol de um pleito mais democrático e eficiente e que atenda a demanda da sociedade. O objetivo das eleições são em prol da harmonia e o bom desenvolvimento do processo e lisura da execução e ação desse processo.

O processo eleitoral traz em seu bojo uma estrutura já pacificada nos ditames da política eleitoral. Haja vista ,que a estrutura vem se modificando ao longo do tempo e hoje vemos mudanças significativas. Os casos de improbidade administrativa se permeiam também no setor de processamento de dados, ou seja, nos repasses devem ser de acordo com a lei para que assim não se inculcam em crime de improbidade.

A constituição nos aponta as consequências diante dos casos de improbidade nas eleições.

A suspensão de direitos políticos é medida excepcional que somente se justifica face a gravidade da conduta ímproba praticada (conforme §9º do art. 14 da Constituição), tornando razoável, nesta excepcional hipótese, a restrição das liberdades fundamentais garantidas pelos artigos 14 e 5º, §3º, da Constituição da República e pelo art. 23 da Convenção Americana de Direitos Humanos. Perante essas disposições constitucionais e supralegais, devem-se curvar a Lei de Improbidade Administrativa e também a Lei da Ficha Limpa

Assim sendo, o controle do processo é de extrema importância para o bom direito dos cidadãos e do processo eleitoral na composição das eleições que se faz necessário hoje mais do que em qualquer outra época. Diante dos diversos casos de fuga do dinheiro público nas campanhas eleitorais.

3. CONHECENDO O DINHEIRO PÚBLICO DESTINADO PARA CAMPANHAS ELEITORAIS

As fontes de financiamento de campanha eleitoral foram objeto de importantes alterações legislativas. Por oportuno, registre-se que a Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997 (Lei das Eleições), foi alterada 14 vezes desde a sua edição. Nesse cenário de constantes alterações legislativas, a atuação do Grupo de Trabalho de Sistematização de Normas Eleitorais revela-se importante atividade para a detecção de eventuais conflitos normativos no financiamento de campanhas.

Haja vista que com se estabelece em lei o repasses passam por critérios de ordem objetiva pautados em diversos órgão que fiscalizam e publicam os dados dos valores que serão utilizados nas eleições. O TSE tem a prerrogativa de determinar os parâmetros que serão colocados para efetivação dentro da lei de diretrizes orçamentária, incluindo aí os percentuais de doações dos tributos provenientes da união:

Art.

3º O valor a ser definido pelo Tribunal Superior Eleitoral, para os fins do disposto no [inciso I do caput do art. 16-C da Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997](#), será equivalente à somatória da compensação fiscal que as emissoras comerciais de rádio e televisão receberam pela divulgação da propaganda partidária efetuada no ano da publicação desta Lei e no ano imediatamente anterior, atualizada monetariamente, a cada eleição, pelo Índice Nacional de Preços ao Consumidor (INPC), da Fundação Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), ou por índice que o substituir. (BRASIL, 1997)

Vale ressaltar que as contribuições que são adquiridas pela máquina pública tem sua base estabelecida e lei. A LEI de diretrizes orçamentária (LDC). Assim sendo, tudo que precisamos para conhecermos de onde vem os recursos para as campanhas têm base na lei e tudo passa pelo crivo constitucional que é a carta maior da nossa sociedade.

3.1. TIPOS DE DINHEIRO PÚBLICO DESTINADO PARA CAMPANHAS ELEITORAIS

No Brasil o dinheiro público é a uma das formas para se financiar as campanhas eleitorais, elas são os tipos mais comuns e formas legais de obter tais recursos de maneira lícita.

De acordo com (Lima, 2014) ele traz contribuições significativas para exemplificar a natureza do financiamento de campanhas:

O financiamento exclusivamente público de campanha eleitoral consistiria na transferência de recursos financeiros do Estado, para os partidos políticos financiarem os gastos dos seus candidatos nas eleições proporcionais e majoritárias no Município (Vereador e Prefeito), no Estado (Governador, Senador, Deputado Federal e Deputado Estadual) e para Presidência da República. (LIMA, ano 2014, n 2090, 22 de mar 2009)

Em outros países como Alemanha e maior parte dos países do continente europeu se utiliza de dinheiro público em prol das campanhas eleitorais. Nesta forma de financiamento existem a direta que é proveniente dos recursos da união e a outra indireta proveniente de subsídios, fundos públicos ou reembolso de despesas ordinárias, as quais são transferidos a candidatos ou partidos a fim de assegurar os recursos necessários para promover a campanha eleitoral.

O objetivo central do intervencionismo estatal, com base em uma forma de estabelecer a regularidade de recursos públicos destinados tanto para o exercício ordinário das atividades dos partidos quanto para as despesas de campanhas, é garantir mais isonomia entre os participantes ao pleito na eleições. E também suprir a deficiência financeira de reduzir a dependência dos partidos e candidatos das fontes de financiamento privado.

Desse modo, o aparelhamento do estado em promover e destinar recursos para campanhas é visar e promover um equilíbrio e a competitividade entre os candidatos e partidos no pleito eleitoral. Contudo, fortalecer assim o pluralismo com observância ao princípio da igualdade de oportunidade entre

candidatos , além de restringir a ação das fontes privadas de receitas, assegurando maior transparência nas eleições.

Os recursos que são de ordem indireta da ação punitiva do Estado é voltada para a concessão de vantagens aos partidos e candidatos, como forma de mitigar os custos e facilitar o desenvolvimento de campanhas eleitorais.

O recurso indireto implica na transferência do dinheiro para e também a exemplo da cessão de espaços públicos para as convenções partidárias, comitês e comícios para determinados tipos de atividade. Como é o caso do horário eleitoral gratuito. Nessa categoria se incluem, ainda, as medidas de incentivo ao financiamento privado que diminuição da arrecadação estatal, com objetivo é a aplicar o sistema de deduções fiscais, não existente no Brasil.

O financiamento de recursos públicos de forma direta é uma prática consagrada que, para muitos, se encontram na base de um sistema eficiente de controle das eleições. No que se destina a ser a forma direta de financiamento de campanhas contribui para se evitar a dependência da partidos e candidatos em relação às fontes de financiamento privado, minimizando o problema da corrupção, estabelecendo assim maior igualdade entre as candidaturas, uma vez que a supressão de recursos, verificada em razão da eventual implantação de um sistema limitado de gastos e receitas.

3.2 FISCALIZAÇÃO DO DINHEIRO PÚBLICO NAS CAMPANHAS ELEITORAIS

A fiscalização do dinheiro público passa por uma série de eventos para que se destine os recursos públicos para as campanhas eleitorais. A resolução nº 23.553/2017. Do TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL estabelece a fiscalização como no controle e fiscalização. De acordo com a legislação atual que rege a justiça eleitoral preceitua:

Art. 92. Durante todo o processo eleitoral, a Justiça Eleitoral pode fiscalizar a arrecadação e a aplicação de recursos, visando a subsidiar a análise das prestações de contas.

§ 1º A fiscalização a que alude o caput deste artigo deve ser:

I - precedida de autorização do presidente do tribunal ou do relator do processo, caso já tenha sido designado, ou ainda do juiz eleitoral, conforme o caso, que designará, entre os servidores da Justiça Eleitoral, fiscais ad hoc, devidamente credenciados para atuação;

II - registrada no SPCE para confronto com as informações lançadas na prestação de contas.

§ 2º Na hipótese de a fiscalização ocorrer em Município diferente da sede, a autoridade judiciária pode solicitar ao juiz da respectiva circunscrição eleitoral que designe servidor da zona eleitoral para exercer a fiscalização. (BRASIL. 2017)

Segundo o renomado (GOMES, 2014) a fiscalização é ponto crucial na estruturação das campanhas eleitorais e mais, de forma a estabelecer uma forma de retorno positivo para a sociedade. Destarte, com os inumeros casos de fraude nas eleições e dificuldade de solucionar com rapidez as ações de subaturamentos, gastos indevidos e outras formas de subverter o pleito eleitoral.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo da pesquisa foi estabelecer uma maior compreensão da forma e dos requisitos necessários para o dinheiro público destinado para as campanhas eleitorais. A presente pesquisa trouxe de dados retirados de fontes específicas e com auxílio de obras de autores que mostram com o dinheiro pública é utilizados nas campanhas eleitorais.

Entendo com a pesquisa a origem do recursos e os direcionamento que o dinheiro público é feito até ser destinado para o pleito eleitoral. Buscamos por meio da pesquisa traçar um linha lógico com dados atuais para melhor elucidar e assim realizar uma maior transparência do que não vemos e do não é divulgado na mídia social.

O desenvolvimento dos capítulos estabelece os resultados das pesquisas feita com por dados de artigos, sites e dos órgão que compõem a estrutura das campanhas eleitorais e dos órgãos de fiscalização e dos processos de destinação do dinheiro público para o financiamento das eleições. Os dados foram bem articulados para se ter um ideia das proporções e dos gastos e das despesas que são destinados para realizar uma eleição.

Vale ressaltar que muitas coisas não foram apresentadas, pois o foco da pesquisa é o dinheiro público exclusivo para as campanhas eleitorais, existem sim muitos outras dimensões das campanhas que seriam sim de grande relevância para a presente pesquisa, mas o que foi obtido aqui é de extrema importância e de valor social. Assim sendo, o foco da pesquisa não é trazer soluções para as devidas lacunas que existem no processo do dinheiro público, a transparência, fiscalização e o destino transparente da dinheiro público.

Se faz necessário um maior acompanhamento dos mecanismos de fiscalização do dinheiro público e com introduzir uma discussão necessária do dinheiro do contribuinte, e este se ver cada vez menos representado por

políticos e com o sistema eleitoral que por vezes não é transparente e de pouco conhecimento da maioria da população. Por sua falta de lisura e de credibilidade o interesse em buscar informações torna-se impossível, haja vista que os que deveriam dispor mostrar claramente não o fazem. Assim sendo, o objetivo da presente pesquisa é trazer ao debate o destino efetivo e processo fiscalização do dinheiro para campanhas eleitorais, e que é o seu destino seja em prol exclusivamente em benefício da sociedade e para a manutenção de uma democracia que seja realmente representativa para todos os cidadãos brasileiros.

REFERÊNCIAS

BRASIL, LEI Nº 13.898, DE 11 DE NOVEMBRO DE 2019.

BRASIL, LEI DE DIRETRIZES ORÇAMENTÁRIA.

LEI Nº 8.429, DE 2 JUNHO DE 1992 (LEI DE IMPROBIDADE ADMINISTRATIVA)

BIBLIOTECA DIGITAL DA CÂMARA DOS DEPUTADOS, Centro de Documentação e Informação, Coordenação de Biblioteca <http://bd.camara.gov.br>, 2011.

CORRÊIA, Alessandra. **Financiamento de campanha**; modelo nos EUA, França e GRÃ-Bretanha geram polêmicas. 2013.

LIMA, Edmo D'El-Rei. Financiamento público exclusivo de campanhas eleitorais no Brasil. **Revista Jus Navigandi**, ISSN 1518-4862, Teresina, ANO 14, N. 2090, 22 mar. 2009. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/12487>. Acesso em: 12 maio 2020.

_____. **Revista da faculdade de Direito da UFRJ**. V. 2, n. 22 jun/jul / dez. 2012, pág. 18. Sobre o financiamento público das campanhas e eleitorais. Luis Mario Ireal Caetano.

_____. **Revista Consultor Jurídico**, 9 de setembro de 2018.

DECOMAIN, Pedro Roberto. **Financiamento Público de Campanhas Eleitorais**: influência do Poder Econômico, o fundo especial de financiamento de campanha (FEPC), instituído pela Lei nº 13.487, de 2017, limites máximos de gastos em campanhas eleitorais e outros temas

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL RESOLUÇÃO Nº 23 607 INSTRUÇÃO Nº 0600749-95.2019.6.00.0000 - CLASSE 11544— BRASÍLIA - DISTRITO FEDERAL
Relator: Ministro Luís Roberto Barroso Interessado: Tribunal Superior Eleitoral.

SITES

http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8429.htm

<https://www.pragmatismopolitico.com.br/2014/09/os-10-maiores-doadores-de-campanha-nas-eleicoes-2014.html>

<https://direitodiario.com.br/lei-13-877-19-o-que-muda-na-legislacao-eleitoral/>