



**SAUDADES DO SEU EX? DEPENDÊNCIA CORPORATIVA E DESEMPENHO  
ELEITORAL DOS CANDIDATOS À REELEIÇÃO (2012-2016)**

**MISS YOUR EX? CORPORATE DEPENDENCE AND ELECTORAL PERFORMANCE  
OF RE-ELECTION CANDIDATES (2012-2016)**

**¿EXTRAÑAS A TU EX? DEPENDENCIA EMPRESARIAL Y DESEMPEÑO  
ELECTORAL DE CANDIDATOS A REELECCIÓN (2012-2016)**

Erikson Calheiros<sup>1</sup>  
José Alexandre Silva<sup>2</sup>  
Denisson da Silva<sup>3</sup>  
Quemuel Baruque Rodrigues<sup>4</sup>

**Resumo:** Qual o efeito da dependência corporativa no desempenho eleitoral dos incumbentes? O objetivo desse trabalho é estimar o efeito da dependência corporativa no desempenho eleitoral dos incumbentes na eleição de 2016. Testaremos a hipótese de que a dependência corporativa exerce um efeito negativo e significativo no sucesso eleitoral dos incumbentes. Para tanto, usaremos os dados da eleição para prefeituras municipais em 2012 e 2016 disponibilizados pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE) usando o pacote da linguagem R *electionsBR*<sup>5</sup>. Metodologicamente, foi utilizada regressão linear, quantílica e logística. Os principais resultados indicam que: 1) candidatos mais bem votados em 2012 tem maior chance de vitória na eleição de 2016; 2) a correlação entre dependência corporativa e saldo de receita é próxima de zero e 3) a dependência corporativa não tem efeito significativo no desempenho eleitoral e no sucesso eleitoral dos incumbentes em 2016.

**Palavras-chave:** Mudança Institucional; Desempenho Eleitoral; Eleições Municipais; Incumbents.

**Abstract:** What is the effect of corporate dependence on the electoral performance of incumbents? The objective of this paper is to estimate the effect of corporate dependency on the electoral performance of incumbents in the 2016 election. We will test the hypothesis that corporate dependency exerts a negative and significant effect on the electoral success of incumbents. To do so, we will use the election data for city halls in 2012 and 2016 made available by the Superior Electoral Court (TSE) using the R *electionsBR* language package. Methodologically, linear, quantile and logistic regression were used. The main results indicate that: 1) the best voted candidates in 2012 have the greatest chance of winning the 2016 election; 2) the correlation between corporate dependency and revenue balance is close to zero and 3) corporate dependency has no significant effect on election performance and election success of incumbents in 2016.

**Keywords:** Institutional Change; Electoral Competition; Municipal Elections; Incumbents.

**Resumen:** ¿Cuál es el efecto de la dependencia empresarial sobre el desempeño electoral de los titulares? El objetivo de este trabajo es estimar el efecto de la dependencia empresarial sobre el desempeño electoral de los gobernantes en las elecciones de 2016. Probaremos la hipótesis de que la dependencia

---

<sup>1</sup> Universidade Federal da Paraíba-UFPB. E-mail: ecalheiros11@gmail.com

<sup>2</sup> Universidade Federal de Alagoas-UFAL. E-mail: jasjunior2007@yahoo.com.br

<sup>3</sup> Universidade Federal de Alagoas-UFAL. E-mail: denissoncsol@gmail.com

<sup>4</sup> Universidade Federal de Pernambuco – UFPE. E-mail: quemuel.baruque@ufpe.br

<sup>5</sup> Pacote criado por Meireles, Silva e Costa (2016).

empresarial ejerce un efecto negativo y significativo sobre el éxito electoral de los gobernantes. Para hacerlo, usaremos los datos electorales para los ayuntamientos en 2012 y 2016 puestos a disposición por el Tribunal Superior Electoral (TSE) utilizando el paquete de idiomas R eleccionesBR1. Metodológicamente se utilizó regresión lineal, cuantílica y logística. Los principales resultados indican que: 1) los candidatos mejor votados en 2012 tienen las mayores posibilidades de ganar las elecciones de 2016; 2) la correlación entre la dependencia empresarial y el balance de ingresos es cercana a cero y 3) la dependencia empresarial no tiene un efecto significativo en el desempeño electoral y el éxito electoral de los titulares en 2016.

**Palabras clave:** Cambio Institucional; Competencia Electoral; Elecciones Municipales; Incumbents.

## 1. Introdução

Em 2015, depois de inúmeros escândalos de corrupção envolvendo agentes públicos, políticos e várias empresas, o Superior Tribunal de Federal (STF) decidiu que o financiamento corporativo para campanhas eleitorais era inconstitucional. Ainda em 2015, o Congresso Nacional aprovou a lei 13.165/15 (BRASIL, 2015), que proibiu o financiamento corporativo a candidatos e, concomitantemente, estabeleceu um teto de gastos para a eleição.

Portanto, a eleição de 2016 foi a primeira eleição depois da lei sancionada. Em tese, a disputa seria marcada por uma maior igualdade de oportunidades entre os competidores. Particularmente, por uma equalização da disputa entre desafiantes e candidatos à reeleição, normalmente, os preferidos do mundo corporativo (MANCUSO, 2017). A aposta é que a perda de receita seria mais forte entre os incumbentes e isso reduziria seu desempenho eleitoral. Porém, na literatura há argumentos para todos os gostos. Parte corrobora essa expectativa e aponta o efeito negativo e significativo da proibição sobre o sucesso eleitoral dos incumbentes e o consequente aumento da competição eleitoral (PALDA; PALDA, 1985; LOTT JR., 2000). Todavia, há quem alerte para o risco de as restrições favorecerem os candidatos à reeleição e desequilibrar ainda mais as disputas (JACOBSON, 1978; LOTT JR., 1987).

A rigor, o debate maior é sobre a possível vantagem eleitoral dos candidatos à reeleição em relação aos desafiantes. Nós partimos dele, mas fechamos o foco nos mandatários. Em especial, por serem o foco do debate e por tradicionalmente atraírem a maior soma de recursos corporativos (GRIER; MUNGER; ROBERTS 1994; HART, 2001; SAMUELS, 2001; LEMOS; MARCELINO; PEDERIVA, 2010; SPECK; MARCIANO, 2015; SPECK, 2015). Tentamos estimar o efeito da dependência corporativa na reeleição dos candidatos. Portanto, apenas tangenciamos o debate sobre a vantagem eleitoral dos incumbentes (JACOBSON, 1978; LOTT JR., 1987, UPPAL, 2008; LINDEN, 2004; BRAMBOR; CENEVIVA, 2011). Nossa hipótese principal é que a dependência corporativa exerce um efeito significativo e negativo no desempenho eleitoral do incumbentes. Para testar, foram usados os dados referentes as eleições de 2012 e 2016.

O texto está dividido em quatro seções. Na primeira, apresentamos um histórico da legislação eleitoral brasileira sobre o financiamento de campanha. Na segunda, a relação entre dinheiro e voto, em seguida o debate sobre o efeito da restrição do financiamento corporativo

para as campanhas eleitorais. Na terceira apresentamos a nossa metodologia e os principais resultados. Por fim, fazemos as considerações finais.

## **2. Legislação eleitoral: a proibição**

A primeira legislação brasileira que estabeleceu o regramento para os pleitos eleitorais é a Lei nº 9.504/97 (BRASIL, 1997), que fixa datas para o pleito, prazos para prestação de contas, formas de financiamento eleitoral e tudo mais referente ao processo eleitoral.

Antes da reforma eleitoral que fixou o teto de gastos nas eleições no Brasil e proibiu o financiamento corporativo em 2015, existia a possibilidade de cada indivíduo doar até 10% de seus rendimentos anuais brutos, enquanto que para as empresas era permitido a doação de até 2% de sua renda anual bruta anterior ao pleito, conforme a Lei nº 9.504/97 (BRASIL, 1997).

No ano de 2006, a lei foi alterada para incluir uma lista de proibições de possíveis entidades doadoras conforme artigo 24 da Lei de nº 11.300/06 (BRASIL, 2006). A redação dada pela lei proibia os seguintes seguimentos de fazerem doações: Entidades beneficentes e religiosas; entidades esportivas que recebam recursos públicos; organizações não-governamentais que recebam recursos públicos e organizações da sociedade civil de interesse público. Em 2009, a Lei nº 12.034/09 (BRASIL, 2009) altera a lei anterior para incluir em seu texto entidades esportivas que não recebiam recursos públicos, conforme artigo 24, item IX (BRASIL, 2009). Desse modo, a redação dada pela lei proíbe tanto entidades esportivas que recebiam dinheiro público quanto aquelas que não o fazia. Além disso a Lei nº 12.034/09 também incluiu em seu texto o limite de doações para pessoas físicas, esse limite foi fixado em até 10% dos rendimentos brutos anuais referentes ao ano anterior ao pleito eleitoral (BRASIL, 2009, Art.24).

A Lei nº 13.165/15 (BRASIL, 2015) traz em sua redação o teto de gastos para as disputas eleitorais e a proibição de financiamento corporativo, pessoas jurídicas. A motivação para a redação dessa lei foi um conjunto de investigações conduzidos pela polícia federal do Brasil, onde foram compridos mais de 10 mil mandatos de busca e apreensão, prisão temporária, prisão preventiva e condução coercitiva. O objetivo era apurar um esquema de lavagem de dinheiro que movimentou bilhões de reais em propina.

Segundo investigações, o esquema funcionava de forma cíclica, onde empresas financiavam as campanhas eleitorais, uma vez eleitos os financiados, as empresas financiadoras ganhavam licitações para prestarem serviços públicos, esses devolviam uma porcentagem do dinheiro recebido pelo contrato para partidos e operadores do esquema.

Em 2015, o Supremo Tribunal Federal (STF) julgou inconstitucional o financiamento corporativo. A regra passou a vigorar a partir da eleição de 2016, passou a ser permitido como fontes financiadoras de campanhas apenas recursos oriundos do fundo partidário e de pessoas físicas, incluindo o próprio candidato.

Além disso, a Lei nº 13.165/15 fixou o teto de gastos de campanha em até R\$100.000,00 mil reais ou este valor corrido pela inflação para os municípios com eleitorado acima de 200.000 mil habitantes. A lei prever que o teto de gastos será de até 70% do valor gasto na eleição anterior pelo candidato que mais gastou no município. Em outros termos, a legislação prever que o limite para municípios com menos de 200.000 mil habitantes seja de até cem mil reais, mas para municípios acima de duzentos mil habitantes o cálculo é de cem mil reais corrigidos pelo valor da inflação no período. Entretanto, a correção não pode ultrapassar 70% do valor gastos pelo candidato que mais gastou no pleito anterior. Desse modo, a decisão tomada pelo STF e posteriormente materializada em lei pelo poder legislativo buscou diminuir as vantagens de partidos ou indivíduos que recebiam financiamento corporativo e tinham altos gastos de campanhas.

A seguir apresentaremos o histórico de alterações promovidas na legislação de financiamento de campanha, nosso intuito é situar o leitor quanto ao período de mudanças na legislação eleitoral brasileira.

**Quadro 1** – Histórico de alterações na lei de financiamento de campanha

<b>Tema</b>	<b>Lei 9.504/97</b>	<b>Lei 11.300/06</b>	<b>Lei 12.034/09</b>	<b>Lei 13.165/15</b>
<b>Doação de pessoa física</b>	Permitido com limite de 10% de rendimentos brutos pessoais do ano anterior à eleição; Gastos próprios do candidato valor máximo estabelecido pelo seu partido.	(SEM ALTERAÇÃO)	O limite de 10% previsto não se aplica à utilização de bens móveis e imóveis do doador, desde que o valor não ultrapasse R\$ 50.000,00.	O limite previsto de 10% passa a ser apurado anualmente pelo TSE e pela SRF.
<b>Doação de pessoa jurídica</b>	Permitido com limite de 2% do faturamento bruto do ano anterior à eleição.	(SEM ALTERAÇÃO)	(SEM ALTERAÇÃO)	Não permitido
<b>Doações proibidas (Art. 24)</b>	I- Entidade ou governo estrangeiro; II- órgão da administração pública ou fundação mantida com recursos vindos do Poder Público; III- concessionário ou permissionário de serviço público; IV- entidade de direito privado que receba, na condição de beneficiária, contribuição compulsória em virtude de disposição leal; V- entidade de utilidade pública; VI- entidade de classe ou sindical; VII- pessoa jurídica sem fins lucrativos que receba recursos do exterior;	VIII- Entidades beneficentes e religiosas; IX- entidades esportivas que recebam recursos públicos; X- organizações não-governamentais que recebam recursos públicos; XI- organizações da sociedade civil de interesse público.	IX- Entidades esportivas (Não somente as que recebem recursos públicos).	(SEM ALTERAÇÃO)

<b>Teto</b>	O limite de gastos por campanha é estabelecido pelos partidos e coligações a cada eleição que concorrem. Os valores precisam ser comunicados junto com o registro dos candidatos aos Tribunais Eleitorais.	Cabe à lei, fixar até o dia 10 de junho de cada ano eleitoral o limite de gastos de campanha por cargos em disputa, sendo a lei não editada até o prazo, cabe aos partidos e coligações estabelecê-lo.	(SEM ALTERAÇÃO)	O limite de gastos de campanha é estabelecido, em cada ano de eleição, pelo TSE.
-------------	--	--	-----------------	--

Fonte: Silva Júnior *et al.* (2020, p.43).

## 2.1 O impacto do fim do financiamento corporativo

Parte da literatura advoga que os recursos destinados as campanhas têm como principal objetivo conectar o candidato ao eleitor. Essa meta poder ser perseguida de diversas maneiras: panfletos, adesivos, *jungle*, TV, rádio, mídias sociais como *Facebook*, *WhatsApp*, *Twitter*, *Instagram* ou por meio do contato corpo a corpo nas ruas em visitas e comícios. Seja qual for o caminho, pode-se dizer que o efeito do financiamento não é igual para todos em todo lugar (NORRIS, 2005; SOUZA, 2019; PARANHOS; GUIMARÃES; SILVA, 2018; SPECK, 2017; MANCUSO, 2017; SANTOS, 2016).

Jacobson (1978) mostrou que o efeito é diferente para desafiantes e candidatos a reeleição. No geral, a eficácia do financiamento na obtenção de votos tende a ser maior para os desafiantes (JACOBSON, 1978). A razão é simples: o dinheiro é imprescindível para esse tipo de candidato construir ou fortalecer um *name recognition*<sup>6</sup> junto ao eleitorado. Normalmente, os desafiantes não dispõem de espaço na mídia, são poucos conhecidos e, por isso, não contam com ampla divulgação de seus posicionamentos ou realizações. Nesse sentido, o tipo de candidato ou mesmo a presença de candidato à reeleição na disputa alteraria significativamente a influência do dinheiro sobre o voto (BARBA; CERVI, 2017; DILIBERADOR; KOMATA, 2010). Para resumir, os diagnósticos sobre o efeito do financiamento das campanhas estão embasados em três pontos principais: 1) vantagem eleitoral inicial; 2) eficiência na arrecadação e 3) eficiência nos gastos (PASTINE; PASTINE, 2012; GRIER, 1989; LOTT JR., 1987).

O primeiro elemento está vinculado ao mandato. Em geral, defende-se que os candidatos à reeleição dispõem de moedas eleitorais oriundas do exercício do mandato (COX; KATZ, 1996; ANSOLABEHERE *ET AL.*, 2000). Em primeiro lugar, parte deles dispõe de uma clientela, uma base eleitoral que normalmente é assistida por suas ações (JACOBSON, 1978). Além disso, normalmente os incumbentes ampliam sua vantagem eleitoral fazendo com que a máquina pública atue em seu favor, além de estarem expostos a opinião pública por mais tempo (PASTINE; PASTINE, 2012; SMITH, 1995). Para completar, alguns estudos apontam a preferência do financiador por candidatos à reeleição e a maior eficiência dos gastos de

<sup>6</sup> São nomes conhecidos pela população por ocuparem cargos políticos eletivos (Elizabeth; Zechmeister, 2013).

campanha para esse mesmo grupo (GRIER, MUNGER, ROBERTS 1994; HART, 2001).

Não sem razão, a literatura sobre restrições ao financiamento de campanha foca o desempenho eleitoral dos incumbentes. Parte dela aposta que as restrições as fontes de financiamento tendem a favorecer os incumbentes (BRONARS; LOTT JR., 1997; COATE, 2004). O mesmo é dito sobre o estabelecimento de limites de gastos. Pastine e Pastine (2012) e Smith (1995) colocam que apenas a proibição de financiamento corporativo para todos os competidores não anula a vantagem inicial do incumbente. Coate (2004), ao lidar com o tema, argumenta que a proibição do financiamento corporativo associado ao teto de gastos pode limitar a informação recebida pelo eleitor e, conseqüentemente, a sua avaliação dos candidatos. Daniel (1997) e Jacobson (1978) também defendem que restrições de financiamento corporativo e teto de gastos consolidam a vantagem do incumbentes sobre os desafiantes. Os autores advogam que os incumbentes estarão em vantagem imediata já que conseguem transformar dinheiro em voto de modo mais eficiente. No limite, o dinheiro escasso impede que o eleitor tenha informações suficientes para escolher outro candidato que não o mandatário (COATE, 2004; WITTMAN, 2001).

Porém há quem pense diferente, para Stratmann e Francisco (2015) restrições ao financiamento das campanhas afetam igualmente incumbentes e desafiantes, os colocam em posição de igualdade na disputa. Isso porque ambos terão que lidar com a limitação de recursos. Em outras palavras, os autores negam a maior eficiência dos gastos dos incumbentes. Para eles, tanto os candidatos à reeleição quanto os desafiantes terão as mesmas dificuldades para conquistar votos (GREEN; KARSNO, 1988).

Nesse lado do debate, a literatura argumenta que a vantagem da incumbência é mais suposta que provada, logo, as restrições afetam igualmente todos os competidores, colocando-os lado a lado na corrida pelo cargo (STRATMANN; FRANCISCO, 2015). Em outros termos, as limitações impostas pela lei aumentariam a competitividade, fazendo com que o número de desafiantes aumente significativamente, o que colocaria em risco a sobrevivência política dos concorrentes a reeleição (PALDA; PALDA, 1985; LOTT JR. 2006, STRATMANN; FRANCISCO, 2015). Uma vez que a vantagem do mandatário é apenas suposta, a competição se baseia apenas em como os competidores podem maximizar a eficiência do financiamento de suas campanhas, mais precisamente, como eles podem transformam os recursos em votos com mais eficiência que seus adversários.

De acordo com Palda e Palda (1985) e Pastine e Pastine (2012) o efeito das restrições varia em função do grau. Se moderadas, favorecem a probabilidade de vitória dos desafiantes e acirram a competição eleitoral (PASTINE; PASTINE, 2012). Palda e Palda (1985) argumentam que as restrições de montante e de fontes podem pôr em risco a sobrevivência política dos candidatos à reeleição. Pode aumentar as chances do desafiante sem permitir que o incumbente se aproveite das limitações (PALDA; PALDA, 1985). Claramente, o debate tem dois lados e

não há consenso sobre qual deles está com a razão.

No Brasil, o quadro é semelhante, tudo começa com a incerteza sobre a vantagem eleitoral dos incumbentes. A princípio, há fortes controvérsias sobre a possibilidade dos incumbentes obterem recompensas por suas benfeitorias (SAMUELS, 2001 a; 2001b; 2001c). O eleitor teria dificuldade de recompensar os agentes públicos em um sistema que não prima pela clareza de responsabilidades. Todavia, alguns estudos mostram o contrário, apontam que o eleitor brasileiro pode não ser tão cego quanto se pensa (CAVALCANTE, 2015; FERRAZ; FINAN, 2008; SILVA *ET AL.*, 2013; CODATO, CERVI, PERISSINOTTO, 2015; LEMOS, MARCELINO, PEDERIVA, 2010; SPECK; MARCIANO, 2015). Quer seja para o bem, quer seja para o mau do incumbente (LIBANIO; MENEZES-FILHO, 2003). Além disso, a literatura evidencia a preferência dos financiadores pelos candidatos à reeleição, em especial, os corporativos (SAMUELS, 2001; LEMOS, MARCELINO; PEDERIVA, 2010; SPECK; MARCIANO, 2015; SPECK, 2015)

Portanto, a literatura está dividida entre apontar a vantagem ou a desvantagem eleitoral dos incumbentes. Por um lado, Magalhães (2012) evidencia a vantagem eleitoral dos incumbentes em alguns ciclos eleitorais. Por outro, Brambor e Ceneviva (2011), Titunik (2009), Júnior e Pires (2020) aponta evidências na direção contrária. Magalhães (2012) utiliza regressão linear descontínua e aponta o viés de seleção e a restrição no número de ciclo analisados pelos outros trabalhos como as principais razões para divergência entre os resultados. Já Brambor e Ceneviva (2011) e Júnior e Pires (2020) se inspiram metodologicamente em Levitt (1994) e Levitt e Wolfram (1997) e utilizam a abordagem de pares repetidos para evidenciar o efeito adverso da incumbência no caso da disputa pelas prefeituras. Em resumo, a vantagem dos incumbentes aqui ainda é uma questão em aberto.

Nosso foco aqui não é estimar uma possível vantagem dos incumbentes. Puxamos esse debate apenas para embasar teoricamente a escolha do nosso objeto e a construção da nossa hipótese de trabalho. Segundo o debate internacional, restrições ao financiamento de campanha afetam negativamente o desempenho eleitoral dos incumbentes. Além disso, parte dela aponta a preferência de financiadores corporativos por candidatos à reeleição. Diferente do caso estadunidense, análises sobre essas restrições ainda são bastante escassas por aqui. Salvo engano, Avis *et al.*, (2017) constitui o único trabalho que buscou investigar esse ponto nas eleições municipais. O trabalho utiliza regressão descontínua e conclui que: o limite de gastos aumentou o número de candidatos qualificados nas disputas, tornou a eleição mais competitiva e reduziu a vantagem dos incumbentes (AVIS *et al.*, 2017). Em termos teóricos, nossa aposta nos incumbentes é uma tentativa de focar nos “queridinhos” do financiamento corporativo. Apostamos que a dependência corporativa exerceu um efeito negativo e significativo sobre o desempenho eleitoral dos incumbentes em 2016.

### 3. Metodologia

Nessa seção, descreveremos os procedimentos utilizado com o objetivo de facilitar a replicação dos seus resultados (KING, 1995; PARANHOS *et al.*, 2013; FIGUEIREDO FILHO *et al.*, 2019). Nosso objetivo é estimar o efeito da dependência corporativa no desempenho eleitoral dos incumbentes. Para tanto, trabalhamos com os candidatos à reeleição para prefeitos em 2016. As informações foram extraídas do *site* TSE, com ajuda do pacote *ElectionsBR* e do *Software R* versão 4.0.2. Nossa questão de pesquisa é: qual o efeito da dependência corporativa no desempenho eleitoral dos incumbentes? Nossa hipótese de trabalho é que a dependência corporativa exerce um efeito negativo e significativo no desempenho eleitoral dos candidatos à reeleição. Para testá-la, utilizamos regressão linear, quantílica e logística. Os quadros abaixo resumem o nosso desenho de pesquisa:

**Quadro 2** – Desenho de Pesquisa

Elemento	Descrição
Questão de pesquisa	Qual o efeito da dependência corporativa de campanha no desempenho eleitoral dos incumbentes?
Hipótese	A dependência corporativa exerce um efeito negativo e significativo no desempenho eleitoral dos incumbentes.
Unidade de análise	Candidatos a prefeito.
Série temporal	2012 e 2016.
Métodos e técnicas	Regressão linear, quantílica e logística.
Fonte dos dados	Repositório de dados eleitorais do TSE;
Ferramentas	<i>ElectionsBR</i> . E <i>Software R</i> versão 3.6.3

Fonte: Elaboração própria, 2021.

Os dados que serviram de fonte para esse trabalho foram extraídos do Tribunal Superior Eleitoral (TSE). Precisamente, os dados referentes ao financiamento de campanha foram extraídos diretamente do repositório de dados desse órgão. Os dados de candidaturas e resultados eleitorais foram coletados por meio do pacote *electionsBR*<sup>7</sup>. Todos eles foram processados e analisados utilizando o *software R*<sup>8</sup>. Como nosso objeto é facilitar a replicabilidade, além de descrever todos os procedimentos utilizados, disponibilizamos a base e o *script* utilizados<sup>9</sup>. Segue lista de variáveis utilizadas:

<sup>7</sup> Pacote criado por Meireles, Silva e Costa (2016).

<sup>8</sup> Versão do *software R*: Core Team, 2020 na sua versão 3.6.3.

<sup>9</sup> Script: <https://osf.io/kfz62/>

**Quadro 3** – Lista de Variáveis

<b>Tipo</b>	<b>Nome</b>	<b>Descrição</b>	<b>Mensuração</b>
VD	Percentual de Votos	Percentual de votos obtido em 2016.	Razão
VI	Dependência Corporativa	Percentual da receita com origem em fontes corporativas (2012)	Razão
VC	Saldo da Receita	Percentual da Receita 2016 menos o de 2012 considerando o total da receita de todos os candidatos no município.	Razão
	Voto 2012	Percentual de votos em 2012.	Razão
	Receita 2012	Percentual da receita levando em consideração a total da receita de todos os candidatos – 2012.	Razão
	Receita 2016	Percentual da receita levando em consideração a soma da receita de todos os candidatos – 2016.	Razão
	Tamanho do Eleitorado	Tamanho do eleitorado no município.	Catégorica

Fonte: Elaboração própria, 2021.

Nossa variável dependente é o percentual de voto em 2016. Há na literatura um debate sobre a importância dessa medida para avaliar o desempenho eleitoral. Alguns trabalhos optam pelo sucesso eleitoral para representar esse desempenho. Aqui iniciamos focando o percentual porque estamos interessados na clássica relação receita e votos, mas incluímos uma análise do sucesso eleitoral ao final. Portanto, dependemos do percentual para estimarmos a regressão linear e a quantílica. Nesse último, o objetivo é verificar a variação do efeito de algumas variáveis independentes ao longo de quatro quartis da variável dependente. Dessa forma, buscamos tornar o nosso teste de hipótese mais rigoroso (ANGRIST; PISCHKE, 2009).

Em termos operacionais, nossa variável independente (VI) é o percentual da receita do candidato com origem em fontes corporativas. Entendemos que esse é o melhor indicador para mensurar a dependência corporativa. Para explicar, a medida corresponde ao percentual da receita que o candidato recebeu de empresas em 2012, último pleito antes da proibição. Para criarmos essa variável, selecionamos apenas os valores descritos como oriundos de empresas. Na sequência dividimos esse montante pelo total da receita recebida pelo candidato e multiplicamos por cem.

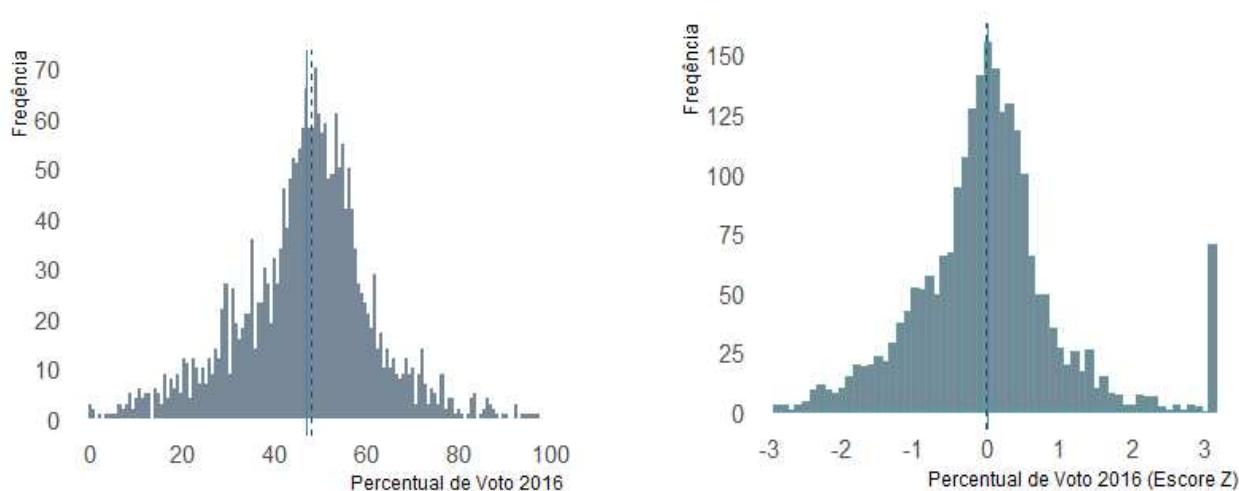
Na lista de variáveis de controle (VC) temos: Voto, Saldo da Receita, Receita 2012, Receita 2016 e Tamanho do eleitorado. O voto é o percentual de votos obtido pelo candidato na eleição 2012 no primeiro turno. O saldo da Receita é o resultado da subtração do percentual da receita obtida pelo candidato em 2016 e 2012. O cálculo desse percentual corresponde a divisão da receita recebida pelo candidato pela soma da receita obtida por todos os candidatos em cada

município vezes cem. A receita 2012 e 2016 são exatamente esses percentuais. Por fim, o tamanho do município é uma divisão dos municípios por faixa eleitorais (Até 5mil; 5,001 até 10mil; 10,001 até 50mil; 50,001 até 200mil; e Acima de 200mil). No geral, os controles visam incluir na análise dados da eleição anterior (2012) e variações exógenas entre os municípios.

#### 4. Resultados

Começamos examinando o que queremos explicar, ou seja, nossa variável dependente. A ideia é obter mais informações sobre a variação do desempenho eleitoral dos incumbentes. A figura e a tabela abaixo apresentam os resultados.

**Figura 1** – Percentual de Votos dos Incumbentes



Fonte: Elaboração própria com base em dados do TSE, 2016.

**Tabela 1** – Medidas Descritivas do Percentual de Votos

N	Média	Desvio Padrão	Mediana	Mínimo	Máximo
2327	51.33	29.72	50.98	0.17	100

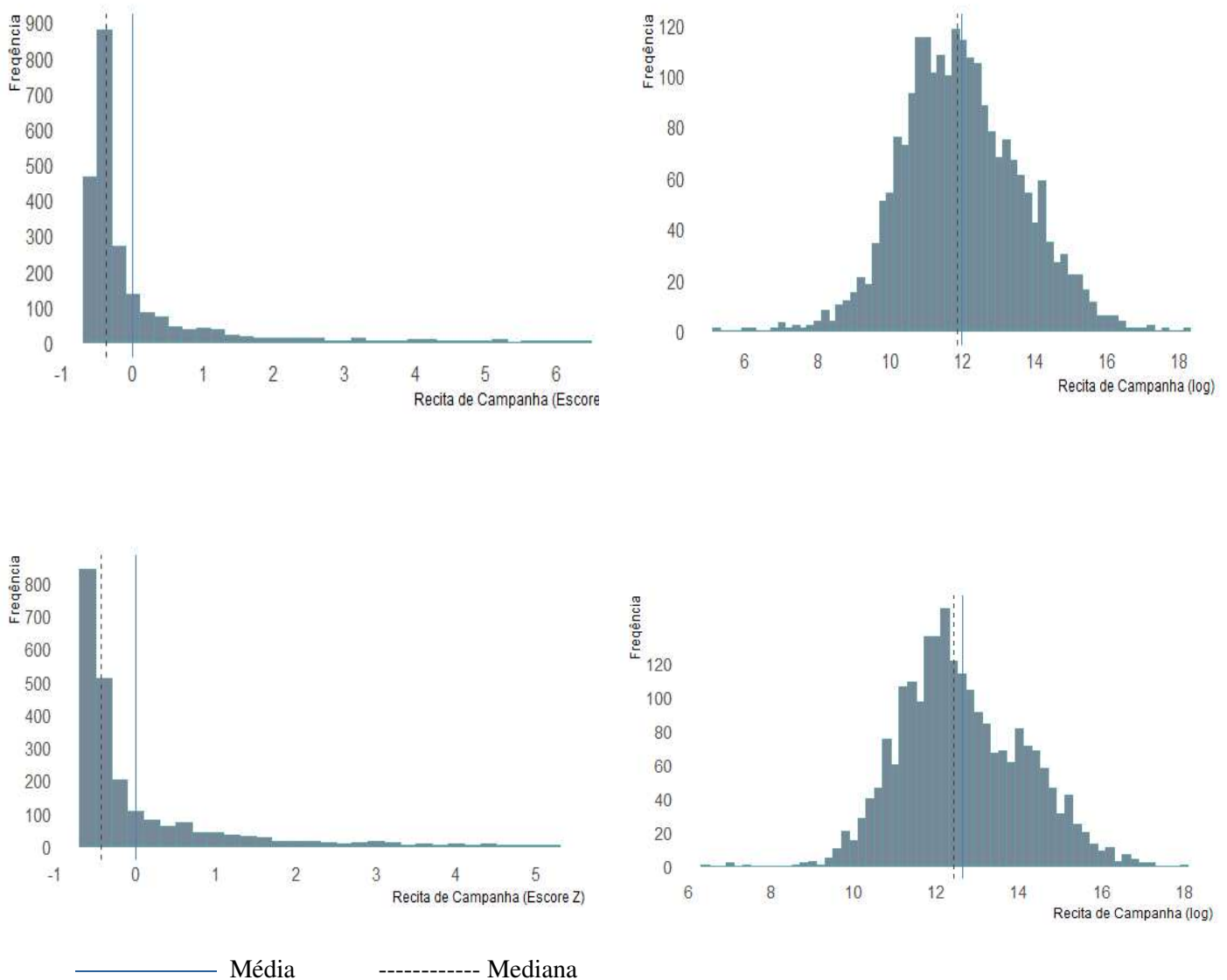
Fonte: Elaboração própria com base em dados do TSE, 2016.

Nossa variável dependente apresenta uma distribuição próxima da simétrica. As linhas sólida e pontilhada, representando a média e a mediana, respectivamente, aparecem quase sobrepostas. No entanto, a figura flagra a presença de um conjunto de observações *outliers*, ou seja, situadas a mais de três desvios padrões da média. O desvio padrão é menor que a média em 21.61 pontos, ou seja, a variável apresenta um coeficiente de variação de 57,89 %.

O outro lado da moeda é a receita de campanha dos candidatos à reeleição. Para

começar, examinamos a distribuição dessa variável antes e depois da proibição do financiamento corporativo de campanha. O objetivo é identificar indícios do efeito da dependência corporativa.

**Figura 2** – Receita de Campanha dos Incumbentes 2012 e 2016<sup>10</sup>



Fonte: Elaboração própria com base em dados do TSE, 2016.

<sup>10</sup> Representação das variáveis aparadas em 6 desvios padrões.

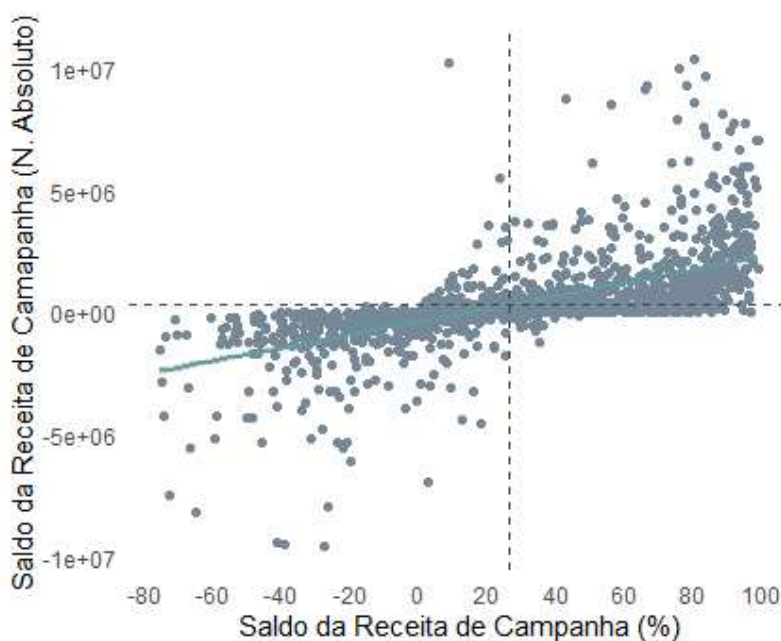
**Tabela 2** – Medidas Descritivas da Receita de Campanha por Ano

Ano	N	Média	Desvio Padrão	Mediana	Min	Max
2012	2183	614889.2	2563675	136466	200	81230735
2016	2181	970296.1	2573433	248388	600	67397444

Fonte: Elaboração própria com base em dados do TSE, 2016.

A diferença entre as distribuições parece ser pequena. Ambas são assimétricas positivas com média acima das suas respectivas medianas, provavelmente, puxadas por valores extremos, ou seja, *outliers*. A escala em escore z deixa clara a presença dessas observações nos dois pleitos. Os gráficos com escala logarítmica evidenciam a distância das distribuições em relação a normal. Com essa configuração, a medida mais importante passa a ser mediana. Em 2012, metade dos candidatos gastaram no mínimo R\$ 136.466,00, curiosamente esse valor passa para R\$ 248.348,00 na eleição seguinte.<sup>11</sup> Esse dado surpreendente, mas é preciso controlar outras variáveis para quaisquer conclusões, por exemplo, o número de candidatos.

Em certa medida, esse quadro mais geral esconde algumas informações importantes. Para nós, uma delas é a diferença entre as receitas de campanha dos candidatos considerando os dois pleitos. A final, houve queda na receita de campanha dos candidatos? Em caso afirmativo, qual o tamanho desse tombo. O gráfico e a tabela abaixo ajudam a responder a essa pergunta.

**Gráfico 1** – Saldo da Receita de Campanha – Número Absoluto e Percentual<sup>12</sup>

Fonte: Elaboração própria com base em dados do TSE, 2016.

<sup>11</sup> Os valores foram deflacionados a partir de rotina contida no pacote *Dflate for R*. Gostaríamos de agradecer ao pesquisador Fernando Meireles pela criação e manutenção do pacote.

<sup>12</sup> Escala real e estatísticas com variáveis aparadas (retirada das observações a mais de três desvios padrões da média).

**Tabela 3** – Medidas Descritivas do Saldo da Receita de Campanha

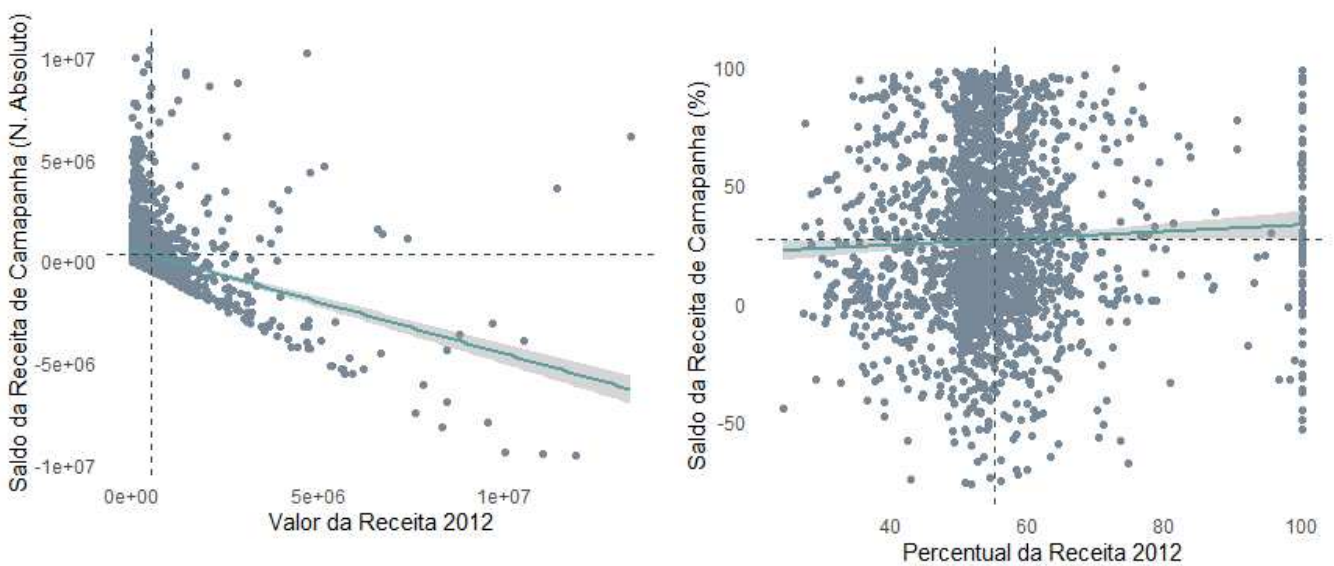
Medida	N	Média	Desvio Padrão	Mediana	Mín	Máx
N. Absoluto	2181	354893.7	3366722	66673	-8040333	65437444
Percentual	2181	26.79	35.91	22.81	-76.61	99.42

Fonte: Elaboração própria com base em dados do TSE, 2016.

O gráfico apresenta o saldo da receita de campanha calculado de duas maneiras. Em número absoluto, o saldo corresponde ao montante arrecado em 2016 menos o recebido em 2012. Em percentual, o cálculo considera a soma da receita arrecadada por todos os candidatos do município. Portanto, a medida representa a variação da receita do incumbente frente ao volume de recursos gastos no município. A reta de regressão aponta uma associação positiva entre as medidas, mas está longe da diagonal. Precisamente, a correlação é de  $r = 0.41$ , ou seja, apenas 16% da variância de um saldo é explicado pelo outro. Isso significa que a maior parte das oscilações em número absoluto não se reflete em termos relativos. Mais precisamente, o conjunto de candidatos de cada município. Além disso, tanto a média quanto a mediana são positivas, o que sinaliza um crescimento do volume gasto.

Um dado a mais para explorar no antes e depois da proibição do financiamento corporativo de campanha é a relação entre o saldo da receita e o financiamento da campanha em 2012. Nosso objetivo é saber se os mais bem financiados antes do fim do financiamento corporativo acabaram perdendo mais receita. A figura abaixo ajuda a examinar esse cenário.

**Figura 3** – Saldo da Receita de Campanha e Receita de Campanha 2012<sup>13</sup>



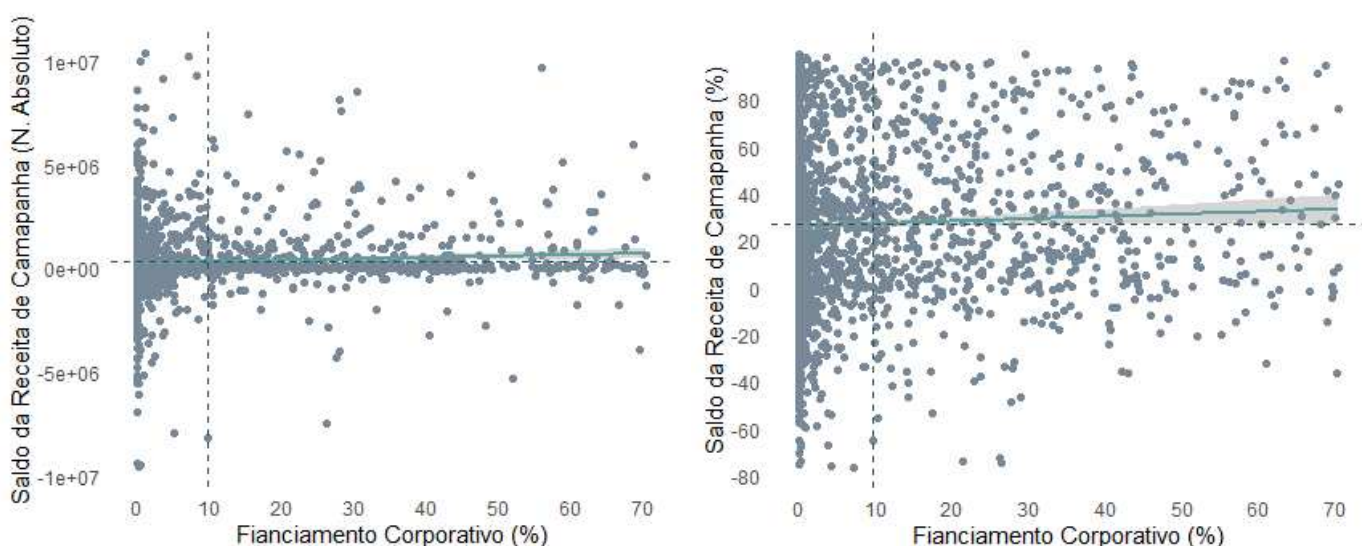
Fonte: Elaboração própria com base em dados do TSE, 2016.

<sup>13</sup> Análise com variáveis aparadas (retirada das observações a mais de três desvios padrões da média)

A relação entre o montante arrecado em 2012 e o saldo da receita em números absolutos é claramente negativa ( $r = -0.61$ ). Portanto, os candidatos que receberam mais recursos em 2012 parecem ter perdido mais receita no pleito seguinte. No entanto, quando a medida é analisada em termos relativos, a correlação aproxima-se do zero. Em resumo, parece ter havido uma queda de arrecadação compartilhada entre todos os candidatos do mesmo município.

Ainda mais importante é saber o quanto esse saldo da receita está relacionado ao financiamento corporativo de campanha. Para tanto, analisamos a relação entre o saldo da receita e o percentual de financiamento corporativo de campanha recebido pelos incumbentes.

**Figura 4** – Saldo da Receita de Campanha e Financiamento Corporativo de Campanha

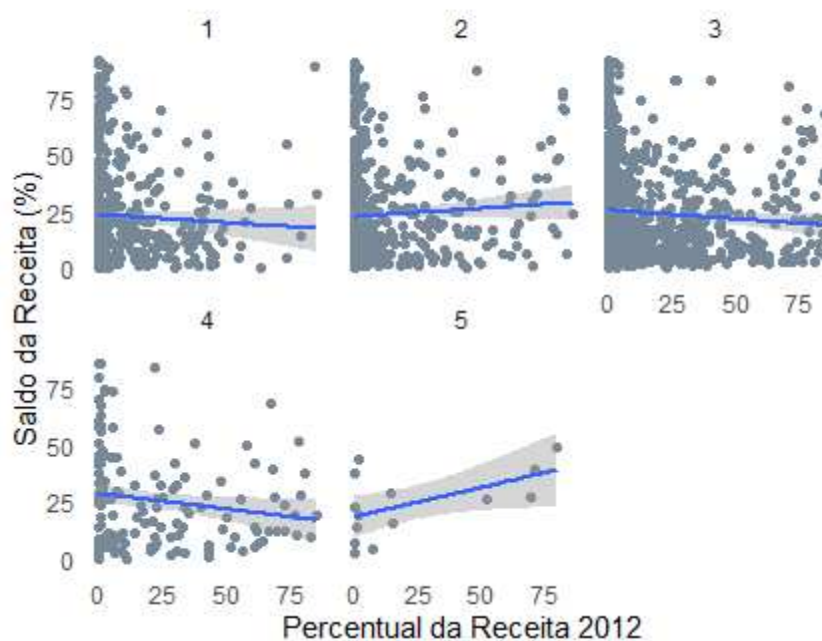


Fonte: Elaboração própria com base em dados do TSE, 2016.

Quer seja medido pelo número absoluto, quer seja medido pelo percentual, o saldo da receita tem uma correlação fraca com o financiamento corporativo de campanha. Em outras palavras, a variação no volume da receita parece não guardar relação com o percentual da receita oriundo de fontes corporativas em 2012. Mesmo os incumbentes mais dependentes de receitas corporativas parecem ter recompostos eventuais perdas de receita.

Antes de qualquer conclusão, é preciso atentar para o risco das análises sofrerem influência do tamanho dos municípios. Para observar que diferença faz o porte dos municípios, reproduzimos a análise de correlação entre o saldo das receitas com percentual da receita 2012 por grupos de municípios formados a partir da faixa eleitoral (1- até 5mil; 2- 5,001 até 50 mil; 3 -10,001 até 200 mil; 4- 50,001 até 200 mil; e 5 acima de 200 mil).

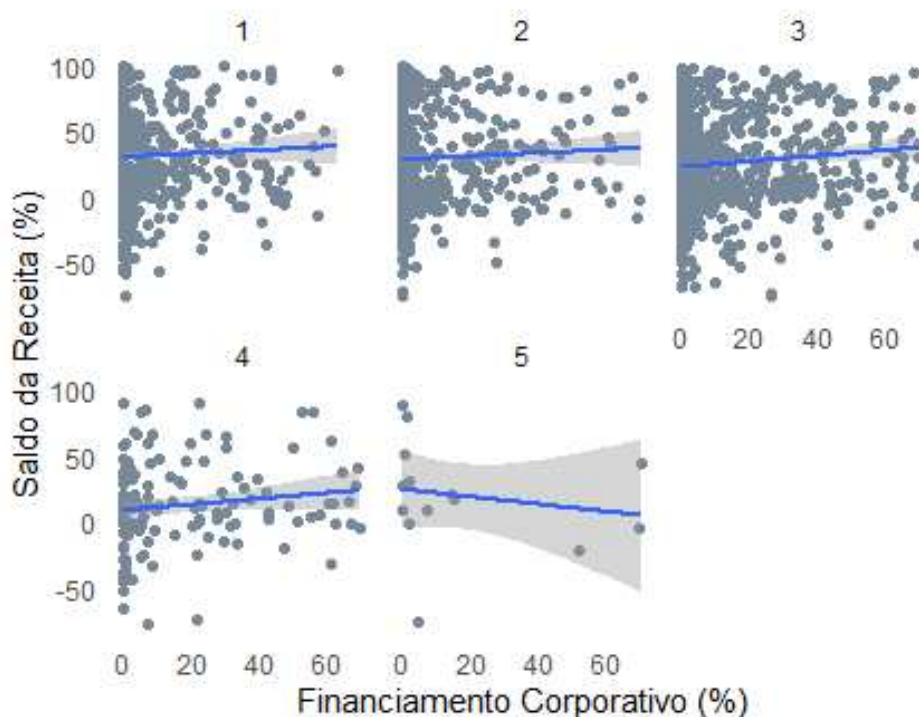
**Figura 5** – Saldo da Receita de Campanha e Percentual da Receita 2012 por Faixa Eleitoral



Fonte: Elaboração própria com base em dados do TSE, 2016.

As maiores diferenças aparecem nas duas últimas faixas de municípios. Nelas, as relações entre o saldo da receita e o percentual da receita em 2012 têm comportamentos opostos. Na penúltima, a reta aponta para relação negativa, na última, para o cenário contrário. Portanto, a relação entre as duas variáveis não é similar entre os diferentes grupos de municípios brasileiros. Para encerrar nossa análise descritiva, observamos a correlação entre o saldo da receita e o financiamento corporativo por grupos de municípios formados a partir da faixa eleitoral (1- até 5mil; 2- 5,001 até 50 mil; 3 -10,001 até 200 mil; 4- 50,001 até 200 mil; e 5 acima de 200 mil).

**Figura 6** – Saldo da Receita de Campanha e Financiamento Corporativo (%)



Fonte: Elaboração própria com base em dados do TSE, 2016.

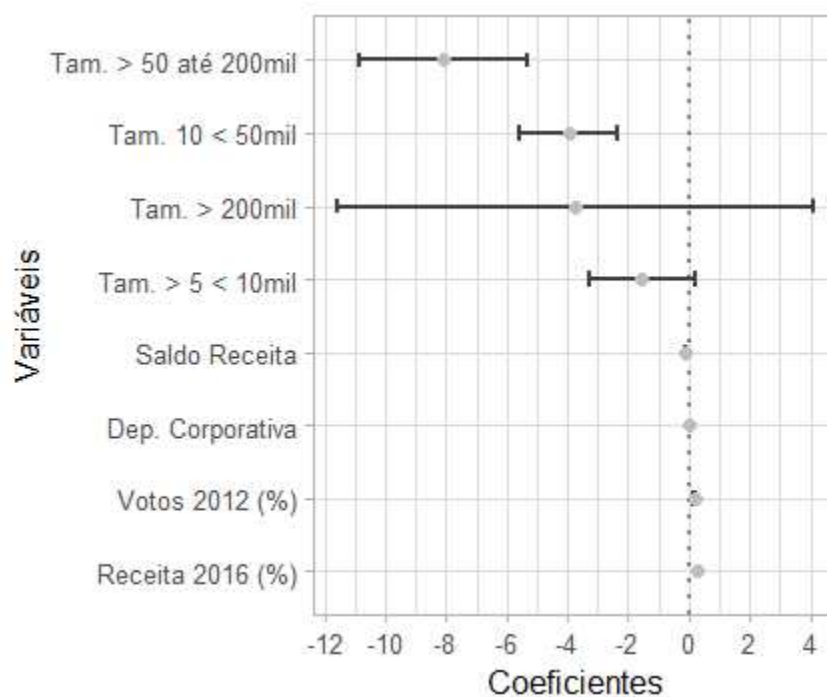
Novamente, a diferença mais aparente situa-se na última faixa de municípios. Nela, a relação entre o saldo da receita e o financiamento corporativo é igualmente fraca, mas negativa. Portanto, nessa faixa os maiores saldos não estão, nem de longe, correlacionados aos maiores percentuais do financiamento corporativo.

Em resumo, os resultados obtidos até aqui trazem algumas informações importantes: 1) não houve queda na receita média ou mediana das campanhas pós-proibição; 2) os candidatos mais financiados em 2012 não registram perdas sistemáticas da receita em termos relativos; 3) os candidatos mais financiados pelas empresas em 2012 não são os que registram as maiores perdas de receita e 4) o tamanho eleitoral dos municípios pode alterar esses achados. Porém, essa análise preliminar apenas preparou o terreno para o nosso teste de hipótese.

### **Análise Inferencial**

Nosso primeiro passo rumo a testes mais robustos é a estimação de um modelo de regressão linear por mínimos quadrados ordinários. Aqui, nossa variável dependente é o percentual de votos dos incumbentes em 2016. O principal objetivo é verificar se a antiga dependência corporativa tem um efeito sobre essa variável. A figura abaixo apresenta a resposta.

**Figura 7** – Modelo de Regressão Linear – Saldo do Percentual de Votos <sup>14 15</sup>



Fonte: Elaboração própria com base em dados do TSE, 2016.

Nota:  $R^2$  Ajustado = 0.173 F = 94.58 p < 0.000 DW = 1.961 p > 0.05  
BP = 51.742 p < 0.00 W = 0.964 p < 0.000

De acordo com os resultados, apenas a dependência corporativa e alguns tamanhos de municípios não apresentam efeitos significativos. Além disso, ao contrário do que esperávamos, a dependência apresenta um efeito positivo, um aumento de um 1% no percentual da receita corporativa aumenta em 0.02% o percentual de votos dos candidatos à reeleição em 2016. O saldo da receita exerce um efeito negativo sobre o saldo de votos. O mesmo é apontado para o tamanho dos municípios com significância estatística. Claramente, não há uma linearidade entre os efeitos do tamanho dos municípios, o maior deles está em uma faixa de tamanho intermediário. O percentual de voto em 2012 apresenta efeito positivo, candidatos com maior percentual na eleição passada (na condição de desafiante) tendem a obter os maiores percentuais na seguinte. Por fim, a receita em 2016 apresenta um efeito positivo. É importante dizer que, embora controversos e tentadores, os resultados do modelo não são robustos para todas as faixas de valores previstos. O teste BP (Breusch-Pagan) aponta a heterocedasticidade dos resíduos. Além disso, o teste de W (Shapiro-Wilk) autoriza a rejeição da hipótese de normalidade deles.

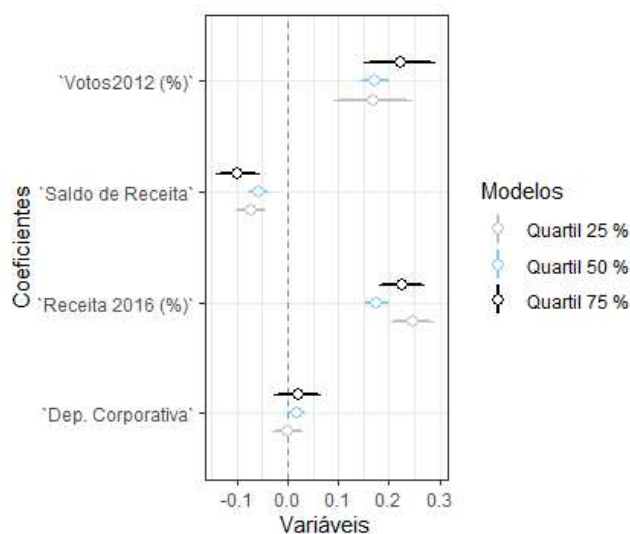
Para mensurar o tamanho dessa violação, resolvemos estimar um modelo de regressão quantílica. Precisamente, estimamos modelos para o 25º, 50º e 75º percentis. Para melhorar a

<sup>14</sup> Retiramos a variável receita 2012 por problemas de multicolinearidade com o saldo da receita.

<sup>15</sup> Os gráficos com a análise dos resíduos dos modelos estão disponíveis nos anexos.

visualização, resolvemos não reportar as *dummies* dos tamanhos dos municípios<sup>16</sup>. A figura abaixo apresenta os resultados.

**Figura 8** – Modelo de Regressão Quantílica - Percentual de Votos



Fonte: Elaboração própria com base em dados do TSE, 2016.

Apenas o coeficiente da variável dependência corporativa é tangenciado pela linha pontilhada em todos os modelos. Apesar de variações nos coeficientes, nenhuma outra variável perde significância estatística entre os modelos. Quanto aos 'Votos 2012 (%)' o efeito é maior no terceiro quartil da variável dependente. A 'Receita 2016 (%)' tem um efeito menor na faixa intermediária da variável dependente (2º quartil). O 'Saldo da Receita' aproxima-se mais de zero também no modelo referente ao segundo quartil do percentual de votos 2016. No geral, os resultados confirmam o modelo linear e desafiam a nossa hipótese de trabalho. Afinal, em nenhuma das faixas de valores analisadas a dependência corporativa é negativa e significativa como esperávamos.

### *Sucesso eleitoral*

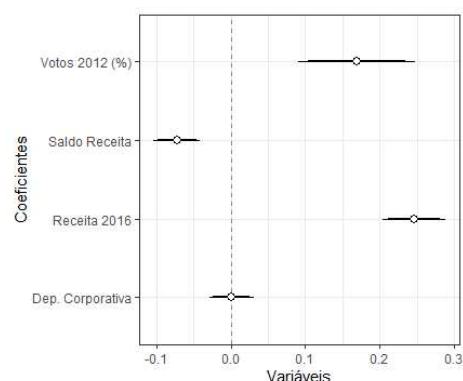
Na prática, os resultados apontam que o percentual da receita com origem no mundo corporativo não teve efeito significativo no desempenho eleitoral dos incumbentes. Como parte da literatura prefere mensurar o desempenho eleitoral pelo sucesso, resolvemos estimar um modelo logístico cuja variável dependente recebe a codificação ( 0 ) derrota e ( 1 ) vitória na disputa pela reeleição. Para melhorar a visualização apresentamos o modelo sem as *dummies* dos tamanhos dos municípios.<sup>17</sup>

O gráfico apresenta o resultado dessa análise.

<sup>16</sup> O modelo completo pode ser consultado nos anexos.

<sup>17</sup> O modelo completo pode ser consultado nos anexos.

**Figura 9** – Modelo de Regressão Logística – Sucesso Eleitoral<sup>18</sup>



Fonte: Elaboração própria com base em dados do TSE, 2016.

Nota: Cox Snell = 0.076 Nagelkerke = 0.100 AIC = 2948.8

Similar ao que acontece no modelo linear, a única variável cujo o coeficiente não apresenta significância estatística é a dependência corporativa. Além disso, o coeficiente apresenta um sinal positivo, ao contrário do que havíamos esperado. Ao que parece, o percentual da receita com origem no mundo corporativo não reduziu as chances de vitória dos candidatos à reeleição. As demais variáveis também apresentam um comportamento similar ao modelo linear. O efeito é positivo para ‘Votos 2012 (%)’ e ‘Receita 2016 (%)’ e negativo para o ‘Saldo da Receita’ de campanha. No geral, o modelo confirma os resultados que obtivemos nos modelos linear e quantílico.

## 5 Considerações finais

A literatura sobre a proibição do financiamento corporativo apresenta argumentos diametralmente opostos. Parte advoga que a proibição tem um duplo efeito na competição eleitoral: 1) horizontaliza a competição colocando os jogadores em posições iguais na disputa e 2) tira a vantagem do incumbente na eleição. Contrariamente, existe uma corrente que advoga que a vantagem do incumbente é decisiva na disputa e não pode ser anulada apenas com as restrições ao financiamento das campanhas.

No Brasil, este tema ainda é pouco discutido e carece de mais investigações empíricas. Nesse texto, testamos a hipótese de que a dependência corporativa teve um efeito negativo e significativo no sucesso eleitoral do incumbente. A ideia é que sem essa fonte de receita os candidatos à reeleição teriam uma piora no seu desempenho eleitoral. Porém, segundo os resultados, essa variável não tem efeito significativo sobre o desempenho eleitoral dos candidatos. Primeiro, a correlação com o percentual de votos em 2016 é próxima de zero. Segundo, a correlação com a perda de receita também está nesse mesmo patamar. Na prática,

<sup>18</sup> É importante lembrar que os coeficientes do modelo logístico são exponenciados. Para interpretá-los recomenda-se a conversão.

isso significa que os incumbentes em 2016 que tinham parte do seu financiamento com origem em receitas corporativas deram um jeito de driblar o efeito da proibição. Mais que isso, mostra que eles foram resilientes e, de algum modo, conseguiram evitar o fracasso e a perda sistemática de receita no computo geral (levando em conta o volume total de receita gasta no município). Em média, os “queridinhos” do mundo corporativo não sofreram queda no desempenho eleitoral.

Por fim, é importante reconhecer que esse trabalho possui algumas limitações. Primeiro, a eleição de 2016 foi a primeira com a proibição de financiamento corporativo. Provavelmente, será preciso uma série temporal maior para que possamos de fato medir o efeito do fim do financiamento corporativo. Em segundo lugar, é preciso estudar a composição da receita do incumbente para sabermos de que forma ocorreu uma possível reposição da receita. De todo modo, esse trabalho ajuda a abrir caminhos para investigações futuras sobre o fim do financiamento corporativo de campanha no sistema eleitoral brasileiro.

## Referências

- ABRAMOWITZ, Alan I.:Explicando os resultados eleitorais do Senado. **The American Political Science Review**, n. 82, p. 385-403,1988.
- ALDENDERFER, Mark S.; BLASHFIELD, Roger K. “Cluster analysis”. **Quantitative Applications in the Social Sciences**. Thousand Oaks, Sage Publications, 1984.
- AMES, B. **Entraves da Democracia no Brasil**. Tradução de Vera Pereira. Rio de Janeiro, FGV, 2003.
- AVELINO, G.; BIDERMAN, C.; BARONE, L. S. Articulações intrapartidárias e desempenho eleitoral no brasil. **Dados**, v.55, n.4, p. 987-1013, 2012.
- AVIS, E.; FERRAZ, C.; FINAN, F.; VARJÃO, C. E. **Money and politics**: The effects of campaign spending limits on political competition and incumbency advantage. National Bureau of Economic Research. Cambridge: Cambridge University, 2017. Disponível em: <https://www.nber.org/papers/w23508> Acesso em 15/03/2022.
- ASHEORTH, S. Campaign Finance and Voter Welfare with Entrenched Incumbents. **American Political Science Review**, v. 100, n. 1, p. 55–68. 2006.
- BRAMBOR, T.; CENEVIVA, R. Reeleição e continuísmo nos municípios brasileiros. **Novos Estudos**, v. 93, nº 2, p. 9-31, 2012.
- BORBA, F.; VASCONCELLOS, F. A propaganda negativa nas eleições municipais do Rio de Janeiro e de São Paulo. In: Lavareda, A.; Telles, H. S. (orgs.). **Como o eleitor escolhe seu prefeito**: campanha e voto nas eleições municipais. Rio de Janeiro: Editora FGV, p. 307-344, 2016.
- BRASIL. **Lei nº 9.504/1997**. Brasília, Diário Oficial da União. Disponível em [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l9504.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9504.htm), consultado em 25/10/2020.
- BRASIL. **Lei Nº 12.034, de 29 de Setembro de 2009**. Brasília, *Diário Oficial da União*. Disponível em [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2009/lei/l12034.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2009/lei/l12034.htm), consultado em 25/10/2020.
- CARAMANI, D. The end of silent elections: the birth of electoral competition, 1832-1915. **Party Politics**, v.9, n.4, p. 411-443, 2003.

CARVALHO, N. R., **E no Início Eram as Bases**: geografia política do voto e comportamento legislativo no Brasil. Rio de Janeiro, Revan, 2003.

CERVI, E. U. Financiamento de campanha e desempenho eleitoral no Brasil: análise das contribuições de pessoas jurídicas, físicas e partidos políticos às eleições de 2008 nas capitais de estado. **Revista Brasileira de Ciência Política**, v. 2, n° 4, p. 135-167, 2010.

CERVI, E. U. Financiamento político e eleitoral no Brasil: das abordagens acadêmicas às aplicações práticas, o papel do dinheiro na democracia representativa. In: Bonifácio, R.; Casalecchi, G.; De Deus, C. (orgs.). **O voto para presidente no Brasil**: de 1989 a 2010, condicionantes e fatores explicativos. Teresina: Edufpi, p. 53-92, 2014.

CERVI, E.; SPECK, B. Dinheiro, tempo e memória eleitoral: os mecanismos que levam ao voto nas eleições para prefeito em 2012. **Dados**, v. 59, n° 1, p. 53-90, 2016.

COATE, S. Political competition with campaign contributions and informative advertising. **Journal of the European Economic Association**, 2, 5: 772-804, 2004.

CODATO, Adriano; CERVI, Emerson; COSTA; Luiz; PERISSINOTTO, Renato. (2015), Dinheiro, profissão, partido: a vitória na eleição para deputado federal no Brasil em 2010. **Sociedade e Estado**, n. 1, v.30, 2015. p.189-205.

DANIEL, K.; LOTT, J. R. Term limits and electoral competitiveness: Evidence from California's state legislative races. In C. K. Rowley (org.), **Constitutional Political Economy in a Public Choice Perspective**. Dordrecht, Springer, 1997.

DELIBERADOR, G.; Komata, N. Reeleição nas eleições municipais de 2008. In: Caggiano, M. (org.). **Comportamento eleitoral**. Barueri: Manole, p. 63-90, 2010.

FIGUEIREDO FILHO, D. et al. O que Fazer e o que Não Fazer com a Regressão: pressupostos e aplicações do modelo linear de Mínimos Quadrados Ordinários (MQO). **Política Hoje**, v. 20, n. 1, 2011.

FIGUEIREDO FILHO, D. **O elo corporativo?** Grupos de interesse, financiamento de campanha e regulação eleitoral. Dissertação de Mestrado (Ciência Política). Universidade Federal de Pernambuco. Programa de Pós-Graduação em Ciência Política. Repositorio Digital da UFPE. Disponível em: <https://attena.ufpe.br/handle/123456789/1301> Acesso em 15/03/2022.

FIGUEIREDO FILHO, Dalson Britto; SILVA JÚNIOR, José Alexandre da; ROCHA, Enivaldo Carvalho da. Classificando regimes políticos utilizando análise de conglomerados. **Opinião Pública**, v.18, n.1, p. 109-128, 2012.

GERBER, Alan. Estimando o efeito dos gastos com campanha nos resultados eleitorais do Senado usando variáveis instrumentais. **The American Political Science Review**, n. 92, p.401-411, 1998.

GOSOLOV, G. V. The effective number of parties: A new approach. **Party Politics**, v.16, n.2, p. 171-192, 2010.

GREEN, D. P.; Krasno, J. S. Salvation for the spendthrift incumbent: Reestimating the effects of campaign spending in house elections. **American Journal of Political Science**, v.32, n.4, p. 884-907, 1988.

GRIER, K. B. Campaign spending and senate elections, 1978-84. **Public Choice**, v.63, n.3, p. 201-219, 1989.

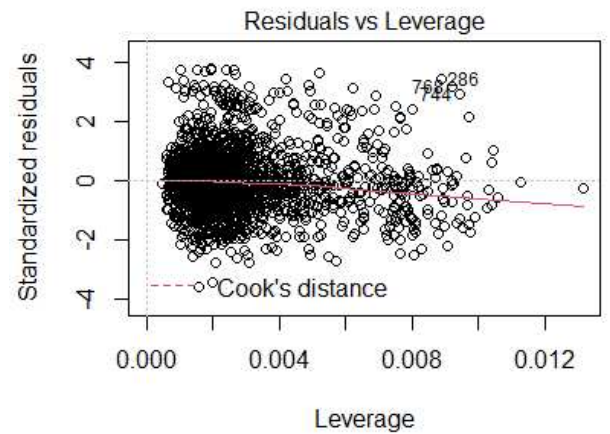
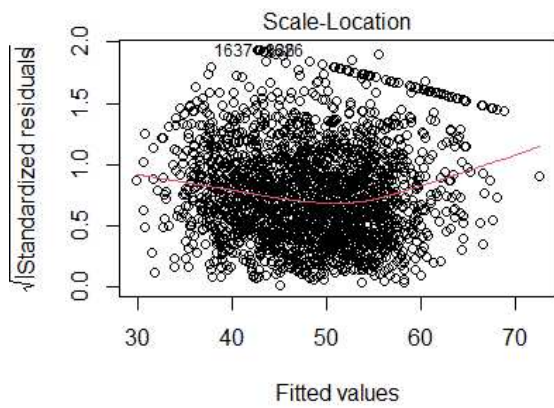
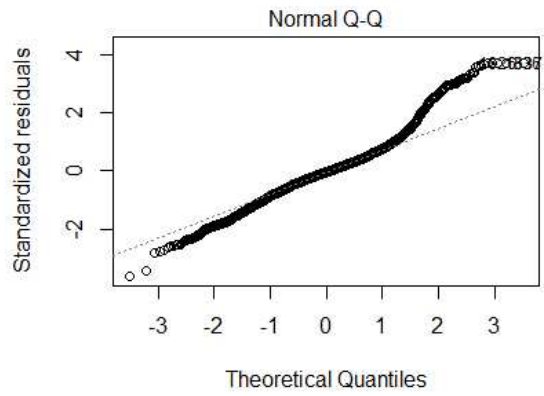
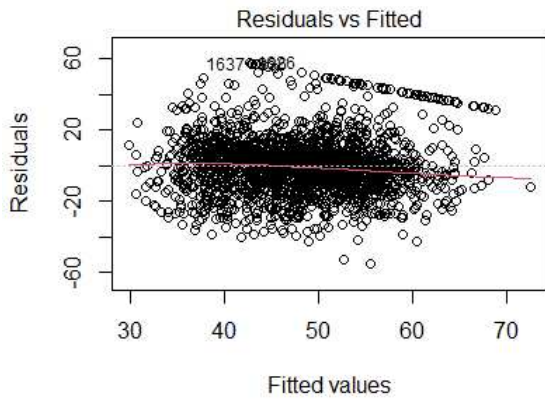
GUIMARÃES, Framcielly, P., NASCIMENTO, Willber, PARANHOS, Ranulfo, SILVA JÚNIOR, J.A, SILVA, Denisson. Meu Dinheiro, Minhas Regras: Tipos de gastos de campanha para prefeito no Brasil (2008-2016). **Revista Iberoamericana de Estudos Municipais**, n.19, p. 23-46, 2019.

GUJARATI, D. N.; Porter. D. C. **Econometria Básica**. Tradução de Denise Durante, Mônica Rosemberg, Maria Lúcia G. L. Rosa. 5a edição, Porto Alegre, Amgh, 2011.

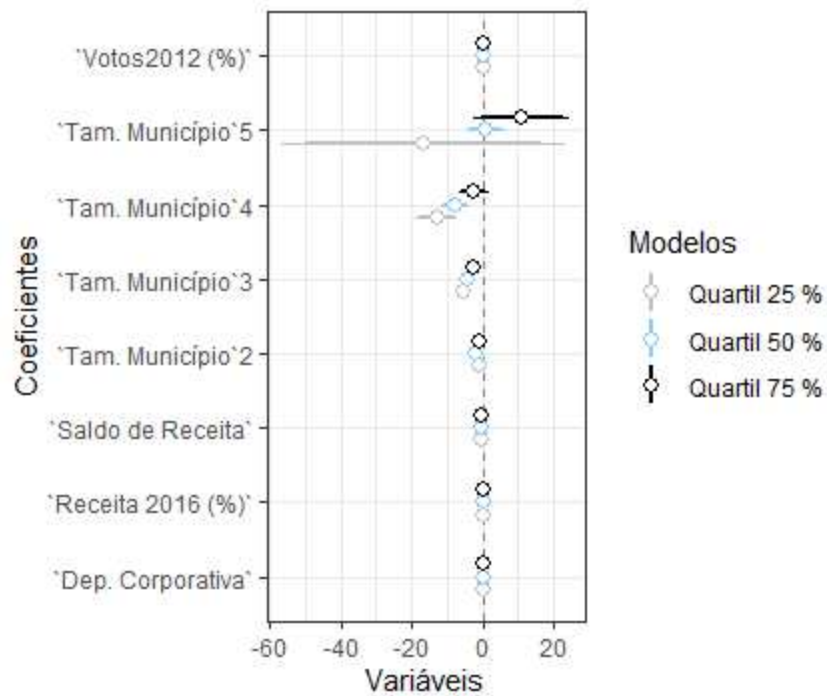
- HAIR, Joseph; et al. *Análise Multivariada de Dados*. Tradução de Adonai Schlup Sant'Anna, 6a edição, Porto Alegre, Bookman, 2009.
- HENNIG, Christian; et al. **Handbook of cluster analysis**. Boca Raton, CRC Press.ed. 2015.
- HILBE, J. M. **Practical guide to logistic regression**. Chapman and Hall/CRC, 2016.
- HOLDBROOK, T. M.; VAN DUNK, E. Electoral competition in the American states. **American Political Science Review**, v.87, n.5, p. 955-962, 1993.
- JACOBSON, G. C. The effects of campaign spending in congressional elections. **American Political Science Review**, v.72, n.2, p. 469-491, 1978.
- KASSAMBARA, Alboukadel; MUNDT, Fabian. **Factoextra**: Extract and visualize the results of multivariate data analyses. v. 1.0.7, 2020.
- KING, G. Replication, Replication **PS: Political Science and Politics**, n. 28, p. 443-499, 1995. Disponível: <http://gking.harvard.edu/gking/files/replication.pdf>
- GREEN, Donald Ph., KRASNO, Jonathan S. Salvação para o gastador titular: reestimando os efeitos dos gastos com campanha nas eleições legislativas. **American Journal of Political Science**, n. 32, p.884-907, 1988.
- LEMOES, Leany; MARCELINO, Daniel; PEDERIVA, João. Porque dinheiro importa: a dinâmica das contribuições eleitorais para o Congresso Nacional em 2002 e 2006. **Opinião Pública**, Campinas, v. 16, n. 2, 2010.
- LOTT, J. R. Campaign finance reform and electoral competition. **Public Choice**, v.129, n.3-4, p. 263-300, 2006.
- LOTT JR, J. R. The effect of nontransferable property rights on the efficiency of political markets: Some evidence. **Journal of Public Economics**, v.32, n.2, p. 231-246, 1987.
- MANCUSO, W. P. Investimento eleitoral no brasil: balanço da literatura (2001-2012) e agenda de pesquisa. **Revista de Sociologia e Política**, 23, 54: 155-183, 2015.
- MARENCO, A., SERNA Miguel Por que carreiras políticas na esquerda e na direita não são iguais? Recrutamento legislativo em Brasil, Chile e Uruguai. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**. v.22 n°64, p. 1806-9053 São Paulo, 2007.
- MEIRELES, Fernando; SILVA, Denisson; COSTA, Beatriz. **electionsBR**: R functions to download and clean Brazilian electoral data. Disponível em <http://electionsbr.com>, consultado em 25/10/2020, 2016.
- MILLIGAN, K.; REKKAS, M. Campaign spending limits, incumbent spending, and election outcomes. **Canadian Journal of Economics**, v.41, n.4, p. 1351-1374, 2008.
- NICOLAU, J. O sistema eleitoral de lista aberta no Brasil. **Dados**, v.49, n.4, p.689-720, 2006.
- PALDA, K. F., PALDA, K. S. Ceilings on campaign spending: Hypothesis and partial test with Canadian data. **Public Choice**, v.45, n.3, p. 313-331, 1985.
- PASTINE, I.; PASTINE, T. Politician preferences, law-abiding lobbyists and caps on political contributions. **Public Choice**, v.145, n.1-2, p.81-101, 2010.
- PASTINE, I.; PASTINE, T. Incumbency advantage and political campaign spending limits. **Journal of Public Economics**, v.96, n.1-2, p. 20-32, 2012.
- PEIXOTO, V. d. M.; GOULART, N. L. M. Evolução da competição eleitoral municipal no brasil (1996 a 2012). **Teoria & Pesquisa: Revista de Ciências Sociais**, v.23, n.2, p. 82-106, 2014.
- R CORE TEAM. R: A language and environment for statistical computing. R Foundation for Statistical Computing*. Disponível em <https://www.r-project.org/>, consultado em 25/10/2020, 2020.

- RAMALHO, Renan. Supremo proíbe doação de empresas para campanhas eleitorais. *GI*, 17 set. (política), 2015.
- SAMUELS, David. Incumbents and Challengers on a Level Playing Field. *The Journal of Politics*, v. 63, n. 2, p. 569-584. 2001.
- SILVA, G. P. Mesmas instituições, mesmos resultados? comparando o efeito da competição eleitoral sobre os níveis de concentração de votos. *Opinião Pública*, v.23, n.3, p. 682-713, 2017.
- SILVA JUNIOR, J. A. d.; MORAIS, L. R.; PARANHOS, R.; LIMA, A. F. The presence of incumbents electoral competition and reelection in Brazil (1990-2014). *Brazilian Political Science Review*, v.14, n.1, 2020.
- SILVEIRA, F. E. A dimensão simbólica da escolha eleitoral. In: FIGUEREDO, R. (org). **Marketing político e persuasão eleitoral**. São Paulo: Fundação Konrad Adenauer, 2000.
- SMITH, B. A. *Campaign finance regulation: faulty assumptions and undemocratic consequences*. *Cato Institute Policy Analysis*, 238,1995.
- SPECK, Bruno W. Recursos, partidos e eleições: o papel do financiamento privado, do Fundo Partidário e do horário gratuito na competição política no Brasil, em: Lúcia Avelar, Antônio Octavio Cintra (org.). **Sistema político brasileiro: uma introdução**, 3ª.ed. Rio de Janeiro, Konrad Adenauer Stiftung; São Paulo, Editora UNESP, 2015, p. 247-270. 2015
- STOCK, J. H.; WATSON, M. W.; LARRION, R. S. **Introducción a la econometría**. Tradução de María Arrazola Vacas & Leticia Rodas Alfaya, 3a edição, Madrid, Pearson, 2012.
- TABACHNICK, B. G.; FIDELL, L. S. **Using multivariate statistics**. Allyn & Bacon/Pearson Education, 2007.
- WALSH, A. **Teaching understanding and interpretation of logit regression**. *Teaching Sociology*, p. 178–183, 1987.
- WITTMAN, D. **Candidate quality, pressure group endorsements, and uninformed voters**. Santa Cruz, University Of California, 2001.

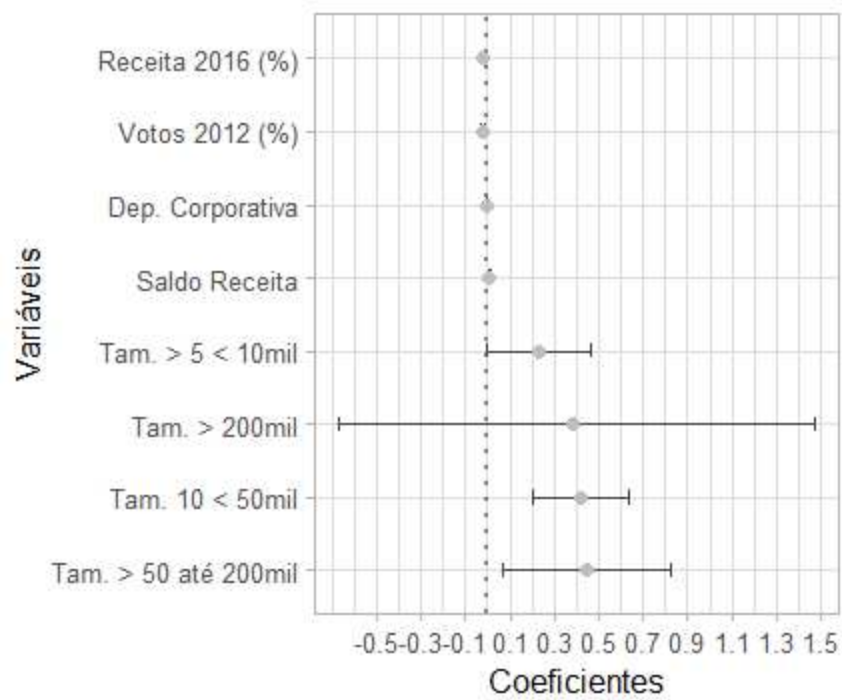
**Anexos I – Gráficos dos Resíduos do Modelo Linear**



**Anexo II – Modelo de Regressão Quantílica**



**Anexo III – Modelo de Regressão Logística**



Artigo submetido em: 2021-07-01

Artigo rerepresentado em: 2021-08-19

Artigo aceito em: 2021-08-23