

DALSON BRITTO FIGUEIREDO FILHO

**G A S T O D E
C A M P A N H A ,
P O B R E Z A E
R E S U L T A D O S
E L E I T O R A I S
N O B R A S I L**



Luminária Academia

EDITORA MULTIFOCO

Rio de Janeiro, 2017

SUMÁRIO

LISTA DE FIGURAS	7
LISTA DE GRÁFICOS	7
LISTA DE MAPAS.....	8
LISTA DE QUADROS.....	9
LISTA DE TABELAS.....	9
APRESENTAÇÃO	11
PREFÁCIO.....	15
INTRODUÇÃO.....	19

CAPÍTULO 1. GRUPOS DE INTERESSE E AS TEORIAS

DA REGULAÇÃO.....	23
1.1 INTRODUÇÃO	24
1.2 DEFININDO GRUPOS DE INTERESSE	25
1.3 DILEMAS DE AÇÃO COLETIVA	26
1.4 O MODELO DE CRIAÇÃO DE RENDA (<i>RENT CREATION MODEL</i>).....	29
1.5 REGULAÇÃO E <i>RENT SEEKING</i> : A ESCOLA DA VIRGÍNIA.....	31
1.6 O MODELO DE EXTRAÇÃO DE RENDA (<i>RENT EXTRACTION MODEL</i>).....	34

CAPÍTULO 2. GASTOS DE CAMPANHA E RESULTADOS ELEITORAIS: UMA REVISÃO QUANTITATIVA DA LITERATURA EMPÍRICA

2.1 INTRODUÇÃO	39
2.2 META-ANÁLISE E ACUMULAÇÃO DO CONHECIMENTO	39
2.3 BREVE HISTÓRICO DO DESENVOLVIMENTO DA META-ANÁLISE.....	45
2.4 O PLANEJAMENTO DE UMA META-ANÁLISE.....	49
2.5 EXEMPLO DE DESENHO DE PESQUISA: GASTOS DE CAMPA-	

NHA E RESULTADOS ELEITORAIS	52
2.6 RESULTADOS	62
2.7 CONCLUSÃO.....	86

CAPÍTULO 3. FINANCIAMENTO DE CAMPANHA EM PERSPECTIVA COMPARADA: UMA ANÁLISE ANINHADA..... 89

3.1 INTRODUÇÃO	90
3.2 METODOLOGIA.....	92
3.2.1 A importância da comparação.....	93
3.2.2 A seleção dos casos	94
3.2.3 A descrição das variáveis.....	95
3.3 RESULTADOS	97
3.4 BRASIL E ESTADOS UNIDOS EM PERSPECTIVA COMPARADA..	105
3.4.1 Histórico sobre o financiamento de campanha no Brasil..	105
3.4.2 Histórico sobre o financiamento de campanha nos Estados Unidos.....	112
3.5 CONCLUSÃO.....	122

CAPÍTULO 4. GASTO DE CAMPANHA, NÍVEIS DE POBREZA E RESULTADOS ELEITORAIS.....125

4.1 INTRODUÇÃO.....	127
4.2 GARANTINDO A REPLICABILIDADE DOS RESULTADOS...	129
4.3 GASTO DE CAMPANHA, NÍVEIS DE POBREZA E RESULTADOS ELEITORAIS NO BRASIL	131
4.3.1 A DESCRIÇÃO DA POPULAÇÃO.....	133
4.3.1.1 Base de dados 01.....	133
4.3.1.2 Base de dados 02.....	151
4.4 CONCLUSÃO	157

REFERÊNCIAS

Artigos incluídos na revisão quantitativa.....	209
--	-----