

Personalidades Acadêmicas Homenageadas:

Celso Antônio Pacheco Fiorillo (Universidade Nove de Julho - UNINOVE)

Luiz Oosterbeek (Instituto Politécnico de Tomar - IPT)

Wagner Balera (Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - PUCSP)

FINANCIAMENTO ELEITORAL E ÉTICA EMPRESARIAL: A PARTICIPAÇÃO DAS EMPRESAS NO PROCESSO ELEITORAL

ELECTORAL FUNDING AND BUSINESS ETHICS: THE PARTICIPATION OF COMPANIES IN THE ELECTORAL PROCESS

RENATO RIBEIRO DE ALMEIDA

Doutor em Direito do Estado pela Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo (USP), mestre em Direito Político e Econômico pela Universidade Presbiteriana Mackenzie (UPM), com Bolsa CAPES. Professor de Teoria do Estado, Direito Constitucional, Direito Administrativo e Direito Eleitoral da Universidade Anhembi Morumbi. Professor de Pós-Graduação em Direito Municipal na Escola Paulista de Direito. Professor de pós-graduação em Direito Eleitoral na Escola Superior da Advocacia/PE e Escola Paulista de Direito. Professor de Direito Constitucional do Instituto de Educação a Distância Interativa (IEDI).

FILIPPE SOARES LIZARDO

Analista Judiciário do Tribunal Regional Eleitoral de São Paulo, atualmente cedido ao Tribunal de Contas do Município de São Paulo onde exerce o cargo de Assessor Jurídico. Ex-Chefe da Seção de Contas Eleitorais do TRE-SP. Mestrando em Direito pela Universidade Nove de Julho de São Paulo.

JUACY DOS SANTOS LOURA JÚNIOR

Advogado, especialista em direito e processo eleitoral pela EJE-TRE-RO, juiz eleitoral titular do TRE-RO nos anos de 2012 a 2017, Presidente do Colégio de Ouvidores da Justiça Eleitoral (2015 a 2017), Ouvidor Regional Eleitoral do TRE-RO, membro-fundador e atual presidente do Instituto de Direito Eleitoral de Rondônia – IDERO,

Personalidades Acadêmicas Homenageadas:

Celso Antônio Pacheco Fiorillo (Universidade Nove de Julho - UNINOVE)

Luiz Oosterbeek (Instituto Politécnico de Tomar - IPT)

Wagner Balera (Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - PUCSP)

membro-fundador da Academia Brasileira de Direito Eleitoral e Político – ABRADep, membro-fundador e diretor nacional do Colégio Permanente de Juristas da Justiça Eleitoral – COPEJE, Membro Titular da Comissão Especial de Direito Eleitoral do CFOAB (2013 a 2016) e mestrando em Direito pela Universidade Nove de Julho em São Paulo.

RESUMO

O presente trabalho tem por objetivo analisar a participação das empresas no processo de financiamento das campanhas eleitorais sob o prisma da ética empresarial, considerando para tanto a legislação eleitoral que rege a matéria, em especial as novas leis 13.487/2017 e 13.488/2017, que criaram nova forma de financiamentos, como o financiamento coletivo virtual e o Fundo Especial de Financiamento de Campanha (FEFC) e ainda, a decisão do Supremo Tribunal Federal exarada no julgamento da Ação Direta de Inconstitucionalidade nº 4.650. Procura-se verificar de que forma o poder econômico atua para desequilibrar a disputa eleitoral, comprometendo a representatividade e também a legitimidade da atuação das empresas no processo eleitoral.

PALAVRAS CHAVES: Financiamento Eleitoral; Ética Empresarial Financiamento Empresarial de Campanhas; Processo Eleitoral.

ABSTRACT

The objective of this study is to analyze the participation of the companies in the process of financing the electoral campaigns under the prism of business ethics, considering for both the electoral legislation that governs the matter, especially the new laws 13.487/2017 and 13.488/2017, which created a new form of financing, such as virtual collective funding and the Special Fund for Campaign Finance (FEFC) and yet,

Personalidades Acadêmicas Homenageadas:

Celso Antônio Pacheco Fiorillo (Universidade Nove de Julho - UNINOVE)

Luiz Oosterbeek (Instituto Politécnico de Tomar - IPT)

Wagner Balera (Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - PUCSP)

the decision of the Supreme Court in the judgment of the direct action of unconstitutionality n°. 4,650. It seeks to verify how the economic power acts to unbalance the electoral dispute, compromising the representativeness and also the legitimacy of the activities of the companies in the electoral process.

KEYWORDS: Electoral Financing; Business ethics; Business Financing of Campaigns; Electoral process.

INTRODUÇÃO

O debate sobre a relação entre o elemento financeiro e a legitimidade do exercício da atividade política por meio de eleições tem ganhado destaque nos últimos tempos. No Brasil, mais do que um meio de custear a organização e difusão de ideias na busca pelo voto, o financiamento das campanhas se caracterizou como um dos principais, se não o principal, elemento para o sucesso na disputa eleitoral.

A depender da forma como candidatos e partidos políticos acessam recursos para suas campanhas, questões graves, que dificultam a consolidação da democracia no Brasil, podem encontrar ambiente fértil; a exemplo da corrupção política-eleitoral, cujas causas são amplas e diversas, bem como abusos e desvios realizados ao longo das campanhas eleitorais, que comprometem a lisura e a legitimidade do pleito.

No Brasil, cabe à Justiça Eleitoral, enquanto ramo especializado do Poder Judiciário, exercer o controle da arrecadação e do dispêndio de recursos de candidatos e partidos políticos, procedimento que se encontra subordinado a diversos ditames legais.

A crescente percepção da importância da questão financeira na disputa eleitoral tem levado, nos últimos anos, a realização de diversas alterações nas legislações que regulamentam o procedimento de arrecadação, aplicação de recursos

Personalidades Acadêmicas Homenageadas:

Celso Antônio Pacheco Fiorillo (Universidade Nove de Julho - UNINOVE)

Luiz Oosterbeek (Instituto Politécnico de Tomar - IPT)

Wagner Balera (Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - PUCSP)

e prestação de contas, além disso, a Justiça Eleitoral passou a se estruturar e a desenvolver mecanismos para tornar mais efetiva essa fiscalização.

Nesse contexto, muito se questionava sobre a legitimidade da participação das pessoas jurídicas no financiamento eleitoral, uma vez que estas não ostentariam o *status* de cidadãos e, por isso, não poderiam ter a pretensão de participar do processo eleitoral como as pessoas naturais.

Lado outro, em setembro de 2015, o Supremo Tribunal Federal, no julgamento da Ação Direta de Inconstitucionalidade nº 4.650, ajuizada pela Ordem dos Advogados do Brasil, presidida à época pelo advogado Ophir Cavalcante Júnior, teve oportunidade de se debruçar sobre a questão, firmando o entendimento de que é inconstitucional as doações de pessoas jurídicas tanto para as campanhas eleitorais quanto para os partidos políticos, tendo em vista sua confrontação com a igualdade política e os princípios republicano e democrático.

A classe política, entretanto, parece não ter ficado satisfeita com a decisão levada a efeito pela Suprema Corte, tanto é assim que na reforma eleitoral implementada logo depois desta decisão (que gerou a lei 13.165/15), houve a tentativa de reintroduzir a possibilidade das doações empresarias, experimento este abortado em razão de veto presidencial a dispositivos da citada lei.

De todo modo, o tema ainda está em voga, em especial porque existente no Congresso Nacional, correntes que defendem o retorno do financiamento empresarial, tendo eco, inclusive, pela fala pública de alguns ministros do STF que admitem mudar seus entendimentos proferidos quando do julgamento da ADI 4650, para agora autorizar a volta do financiamento empresarial, desde que com nova roupagem e limitações previamente definidas.

A questão relacionada à legitimidade da participação das pessoas jurídicas no processo de financiamento das campanhas eleitorais encontra relevância também sob o prisma da Ética Empresarial. É legítima, sob uma perspectiva Ética, a atuação das empresas no processo eleitoral, por meio da sua influência econômica? O impacto do seu poderio econômico pode desequilibrar a disputa eleitoral e comprometer a

Personalidades Acadêmicas Homenageadas:

Celso Antônio Pacheco Fiorillo (Universidade Nove de Julho - UNINOVE)

Luiz Oosterbeek (Instituto Politécnico de Tomar - IPT)

Wagner Balera (Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - PUCSP)

representatividade? Devem as empresas atuar como meras observadoras do processo eleitoral, sem tomar parte na disputa?

O presente estudo tem como foco analisar as questões acima expostas, abordando aspectos relacionados ao atual modelo de financiamento no Brasil, bem como o papel do setor privado no processo eleitoral do ponto de vista da Ética, que deve permear as diversas atuações das empresas na sociedade atual.

2 FINANCIAMENTO ELEITORAL NO BRASIL

Nos regimes democráticos o exercício do poder político é precedido por um conjunto de procedimentos destinados a propiciar aos cidadãos o exercício da escolha daqueles que serão seus representantes no comando e execução da coisa pública. Esse conjunto de procedimentos ordenados com a finalidade de garantir a legitimidade do exercício do poder recebe o nome de processo eleitoral ou, de maneira mais simples, eleições.

A legislação nacional estabelece um conjunto de regras sistematicamente organizadas que regulam o processo eleitoral. Além disso, nos termos da Constituição Federal de 88, quase trintenária, há um órgão, que é um dos ramos do Poder Judiciário Federal, que tem por finalidade aparelhar e fiscalizar cada uma das fases desse processo, a Justiça Eleitoral, que tem base e é organizada conforme definição dos artigos 118 a 121 do texto Constitucional.

Sob o aspecto procedimental, o processo eleitoral é dividido em inúmeras etapas. De todas elas, a mais extensa, cujo conteúdo se confunde com o próprio conceito de eleição é, sem dúvida, a campanha eleitoral.

Personalidades Acadêmicas Homenageadas:

Celso Antônio Pacheco Fiorillo (Universidade Nove de Julho - UNINOVE)

Luiz Oosterbeek (Instituto Politécnico de Tomar - IPT)

Wagner Balera (Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - PUCSP)

Conforme José Jairo Gomes¹, campanha eleitoral é “o complexo de atos e procedimentos técnicos empregados por candidatos e agremiações políticas com vistas a obter o voto dos eleitores e lograr êxito na disputa de cargo público-eletivo”.

A realização de uma campanha eleitoral exige, em um curto espaço de tempo - desde a minirreforma eleitoral de 2015 (Lei 13.165), passou a ser de aproximados 45 dias -, a mobilização de um aparato significativo de pessoas e meios de comunicação de massa, o que não custa barato. Assim, além da disputa pelos votos dos eleitores, cada vez mais céticos e descrentes, partidos e candidatos concorrem também na busca por recursos financeiros, o que deve ser feito observando as normas legais que regulamentam a arrecadação e aplicação de recursos nas eleições.

O Brasil adota um sistema misto de financiamento eleitoral. Os recursos de origem pública que podem ser aplicados nas campanhas eleitorais são aqueles decorrentes do Fundo Partidário, do novíssimo Fundo Especial de Financiamento de Campanhas Eleitorais (FEFC) – criado pela Lei 13.487/2017² e também, de forma indireta, recursos decorrentes da compensação fiscal conferida às emissoras de rádio e televisão em razão do tempo cedido para o horário eleitoral gratuito.

Segundo estudo International IDEA - Institute for Democracy and Electoral Assistance, não há nenhum caso, ao menos em democracias, de financiamento público exclusivo de campanhas eleitorais, ou seja, com proibição ao acesso a recursos privados.

Quanto aos recursos de natureza privada que podem ser aportados nas campanhas, até as eleições de 2014, sua maior parte eram oriundas de doações majoritariamente de pessoas jurídicas, notadamente de grandes grupos econômicos, as quais, entretanto, foram consideradas pelo Supremo Tribunal Federal como inconstitucionais e, portanto, proibidas.

¹ GOMES, José Jairo. *Direito Eleitoral*. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2013. p. 317.

² O Tribunal Superior Eleitoral, em resposta à Consulta nº 060024793, Relator Min Tarcísio Vieira de Carvalho, apreciada pela Corte na sessão do dia 03.05.2018, entendeu que a utilização de recursos do Fundo Partidário pode ser feita de forma concorrente ao FEFC nas eleições e que por isso encontra-se albergado pela legislação a utilização dos dois fundos para investimento e gasto em campanhas eleitorais.

Personalidades Acadêmicas Homenageadas:

Celso Antônio Pacheco Fiorillo (Universidade Nove de Julho - UNINOVE)

Luiz Oosterbeek (Instituto Politécnico de Tomar - IPT)

Wagner Balera (Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - PUCSP)

Assim, no que toca aos recursos de origem privada, admite-se a partir de então apenas doações de pessoas físicas, no percentual de até 10% (dez por cento) do valor bruto declarado à Receita Federal no exercício financeiro anterior ao ano eleitoral, as quais, inclusive, podem ser realizadas por meio de uma nova modalidade de arrecadação, o financiamento coletivo de campanha, conhecido como *crowdfunding* (cuja inovação veio através da Lei 13.488/2017). Admite-se também o aporte de recursos do próprio candidato (autofinanciamento).

As informações disponibilizadas a cada eleição pelo Tribunal Superior Eleitoral³ indicam ser estreita a relação entre o sucesso das campanhas eleitorais e o acesso a grandes somas de recursos, induzindo uma influência (in)devida do poder econômico no resultado das urnas.

Essa assertiva é identificada na doutrina por diversos autores. Carlos Mario da Silva Velloso e Walber de Moura Agra⁴ destacam:

A predominância do sistema de financiamento privado fez com que os detentores do poder econômico tenham vantagem nas eleições, tornando o sistema eleitoral extremamente desigual, haja vista privilegiar os cidadãos que dispõem de fontes de financiamento em detrimento daqueles que não possuem condições financeiras suficientes.

Cita-se também as constatações do Ministro do Supremo Tribunal Federal, Dias Toffoli⁵, que ao analisar o modelo de financiamento eleitoral adotado pelo Brasil, concluiu:

O aporte de recursos traz influência do poder econômico na eleição: na medida em que aquele candidato que tiver mais condições de fazer um aporte de recursos para a sua campanha terá maiores meios de fazer o seu nome chegar ao eleitorado; **e também será criado, o que poderemos dizer, com**

³ Tribunal Superior Eleitoral. Repositório de dados. Disponível em <http://www.tse.jus.br/eleicoes/estatisticas/repositorio-de-dados-eleitorais> - acessado em 30.06.2017.

⁴ VELLOSO, Carlos Mário da Silva e AGRA, Walber de Moura. *Elementos de Direito Eleitoral*. São Paulo: Saraiva, 2009, p. 223.

⁵ TOFFOLI, José Antonio Dias. *Financiamento das Campanhas Eleitorais*. Disponível em http://www.tse.gov.br/eje/arquivos/publicacoes/seminario/html/jose_toffoli.htm - acessado em 27.06.2016.

Personalidades Acadêmicas Homenageadas:

Celso Antônio Pacheco Fiorillo (Universidade Nove de Julho - UNINOVE)

Luiz Oosterbeek (Instituto Politécnico de Tomar - IPT)

Wagner Balera (Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - PUCSP)

o perdão da palavra, o chamado “rabo preso” entre o doador e o político vencedor das eleições, a dívida de favores entre o doador e o receptor da doação. E tudo isso gerará um quadro de desigualdade na disputa eleitoral” (grifo nosso).

As conclusões acima são corroboradas também pelo Ministro Luís Roberto Barroso⁶, para quem“(…) a conjugação de campanhas milionárias e financiamento privado tem produzido resultados desastrosos para a autenticidade do processo eleitoral e para a transparência das relações entre o Poder Público e os agentes econômicos”.

Nos últimos anos, todos os grandes escândalos na política tiveram vinculação direta ou indireta com o financiamento das campanhas eleitorais, como o impeachment do ex-presidente Collor, a Ação Penal 470 (conhecida como “Mensalão”), e mais recentemente a operação Lava Jato e as inúmeras ações penais e civis públicas que dela decorrem.

Essa característica, entretanto, não é um privilégio exclusivo do Brasil. Poucos são os países que não têm em sua história recente algum escândalo relacionado ao financiamento político, seja em razão de suspeita de recursos de fontes escusas, violação aos limites legais estabelecidos, utilização de recursos não declarados, além de suspeitas de doações vinculadas a favores por parte de representantes políticos⁷.

Todos esses fatos demonstram que há uma íntima correlação entre a corrupção de agentes públicos e o financiamento das campanhas político-eleitorais, o que coloca a questão no centro do debate político. Prova disso é que em todas as recentes tentativas de reforma do sistema eleitoral brasileiro, a alteração do atual regime de financiamento das campanhas foi tema recorrente, como ocorreu ainda no ano de 2017 quando o congresso discutia a reforma eleitoral que culminou com a

⁶ BARROSO, Luis Roberto. *A Reforma Política: Uma Proposta de Sistema de Governo, Eleitoral e Partidário para o Brasil*. Disponível em: http://www.luisrobertobarroso.com.br/wp-content/themes/LRB/pdf/instituto_proposta_introducao_objetivos_e_ideias_centrais.pdf - acessado em 06.07.2017.

⁷ ZOVATTO, Daniel. Financiamento dos partidos e campanhas eleitorais na América Latina: uma análise comparada, in *Opinião Pública*, Campinas, Vol. XI, n. 2, out 2005, p. 291.

Personalidades Acadêmicas Homenageadas:

Celso Antônio Pacheco Fiorillo (Universidade Nove de Julho - UNINOVE)

Luiz Oosterbeek (Instituto Politécnico de Tomar - IPT)

Wagner Balera (Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - PUCSP)

edição das Leis 13.487/2017 e 13.488/2017 e Emenda Constitucional nº 97 e o Presidente do Senado e Congresso Senador Eunício Oliveira (MDB-CE) consultou o STF sobre a possibilidade de incluir na reforma, o retorno do financiamento das pessoas jurídicas às campanhas eleitorais⁸.

O que mais se questiona em relação ao modelo de financiamento misto das campanhas é a possibilidade de que grandes corporações econômicas, de forma direta ou indireta, apliquem recursos nas campanhas eleitorais, acentuando a dependência do poder econômico e dificultando a representatividade dos eleitores.

Nos últimos tempos tem crescido a suposta adesão de partidos políticos e parlamentares para que o Brasil adote o regime de financiamento exclusivamente público de campanhas eleitorais, dando um passo importante a essa tese, foi que a minirreforma eleitoral de 2017, trouxe o novo instituto do Fundo Especial de Financiamento de Campanha Eleitoral (FEFC)⁹.

O FEFC pode ser explicado, em linhas gerais como um fundo criado para financiar com dinheiro público as campanhas de candidatos e que terá valor aproximado de R\$ 1,7 bilhões de reais em 2018. Essa cifra será dividida entre os partidos políticos conforme a quantidade de deputados e senadores eleitos cuja base de dados será fornecida pelo Tribunal Superior Eleitoral, a cada eleição, nas eleições de 2018 será levado em conta os dados referentes ao pleito de 2014.

O Fundo Especial de Financiamento de Campanha será formado por 30% (trinta por cento) do valor das emendas parlamentares das bancadas (valor indicado pelos congressistas para obras e serviços no seu estado). Também fará parte deste Fundo o valor economizado das isenções fiscais das propagandas partidárias que deixam de acontecer, no primeiro semestre dos anos eleitorais.

Os recursos do fundo serão divididos da seguinte forma:

- (i) 2%(dois por cento) para todos os partidos;

⁸ - <https://economia.uol.com.br/noticias/reuters/2017/08/25/eunicio-sonda-ministros-do-stf-sobre-retorno-do-financiamento-privado.htm>, acessado em 20.05.2018.

⁹ - Artigo 1º da Lei 13.487/2017, que incluiu o artigo 16-C na Lei nº 9.504/97.

Personalidades Acadêmicas Homenageadas:

Celso Antônio Pacheco Fiorillo (Universidade Nove de Julho - UNINOVE)

Luiz Oosterbeek (Instituto Politécnico de Tomar - IPT)

Wagner Balera (Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - PUCSP)

(ii) 48%(quarenta e oito por cento) para os partidos, conforme a proporção da bancada da Câmara dos deputados;

(iii) 15%(quinze por cento) para os partidos, de acordo com a proporção da bancada do Senado Federal;

(iv) 35%(trinta e cinco por cento) para os partidos com deputados eleitos, de acordo com a quantidade de votos recebidos.

O dinheiro do FEFC que não for usado nas campanhas eleitorais deve ser devolvido ao Tesouro Nacional de forma integral, quando da apresentação da respectiva prestação de contas.

Feita algumas considerações do que vem a ser o FEFC, e voltando ao tema central deste estudo, insta salientar que desde 2006 a legislação eleitoral tem sofrido alterações que procuram, em certa medida, colocar freios à dependência das campanhas do poder econômico, o que se observa, entretanto, na realidade são esforços legislativos não para a reforma completa do sistema de financiamento, mas para o tratamento de questões pontuais, em especial, para a diminuição dos custos das campanhas por meio da limitação dos meios de propaganda eleitoral - como a proibição de “showmícios” ou de uso de “outdoors” (Lei 11.300/2009, art. 39, § 7º e 8º) – redução da contratação de pessoal para as campanhas (Lei 12.891) e encurtamento do tempo de campanha para 45 dias (Lei 13.165). Além disso, com a edição da Lei 13.488/2017, houve a redução pela metade do valor insculpido do § 7º do artigo 23 da LE, referente ao montante de doações estimáveis em dinheiro isentas do teto legal de doação, que passou a ser de R\$ 40.000,00 (quarenta mil reais)¹⁰, exatamente a metade do valor até então vigente.

São medidas de pequeno impacto e resultado prático. Opções que implicariam importante redução nos custos das campanhas – como a adoção das listas fechadas ou do voto distrital para a eleição de deputados e vereadores – não

¹⁰ - § 7º O limite previsto no § 1o deste artigo não se aplica a doações estimáveis em dinheiro relativas à utilização de bens móveis ou imóveis de propriedade do doador ou à prestação de serviços próprios, desde que o valor estimado não ultrapasse **R\$ 40.000,00 (quarenta mil reais) por doador**.

Personalidades Acadêmicas Homenageadas:

Celso Antônio Pacheco Fiorillo (Universidade Nove de Julho - UNINOVE)

Luiz Oosterbeek (Instituto Politécnico de Tomar - IPT)

Wagner Balera (Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - PUCSP)

têm conseguido apoio, não estamos a dizer que pugnamos pela implementação de tais mudanças em nosso sistema eleitoral, mas a tese é sedutora do ponto de vista econômico e poderia, repise-se, diminuir em certo modo, os custos das campanhas eleitorais.

Nessa senda, a grande modificação, aquela que efetivamente causou mais impacto nos últimos anos na forma de arrecadação para campanhas eleitorais para candidatos e partidos políticos no Brasil, não foi levada a efeito por quem deveria fazê-lo, ou seja, pelo Poder Legislativo, mas sim pelo Judiciário e se referiu às fontes de financiamento eleitoral, no tocante a interpretar se pessoas jurídicas poderiam ou não fazer aportes financeiros para agremiações políticas e candidatos.

Foi nesse espectro que, instado pelo Conselho Federal da Ordem dos Advogados do Brasil, o Supremo Tribunal Federal, quando do julgamento da Ação Direta de Inconstitucionalidade nº 4.650, em julgamento colegiado, entendeu que **é inconstitucional a doação de pessoas jurídicas tanto para as campanhas eleitorais quanto para aos partidos políticos e aos candidatos**. A tentativa de reintroduzir a possibilidade destas doações por emenda constitucional, afora o inconformismo com o papel do Supremo Tribunal Federal, ainda não obteve êxito do ponto de vista das conversações de coxia entre os Poderes, tendo sido incorporado no texto da Lei 13.165/15, última alteração realizada na regulamentação do financiamento eleitoral. Confira-se trecho do voto condutor da matéria:

O Ministro Luiz Fux (Relator) julgou procedente a ação direta para: declarar a inconstitucionalidade parcial sem redução de texto do art. 24 da Lei nº 9.504/97, na parte em que autoriza, a contrário sensu, a doação por pessoas jurídicas a campanhas eleitorais com eficácia ex tunc salvaguardadas as situações concretas consolidadas até o presente momento, e declarar a inconstitucionalidade do art. 24, parágrafo único, e do art. 81, caput e § 1º da Lei nº 9.504/97, também com eficácia ex tunc salvaguardadas as situações concretas consolidadas até o presente momento; declarar a inconstitucionalidade parcial sem redução de texto do art. 31 da Lei nº 9.096/95, na parte em que autoriza, a contrário sensu, a realização de doações por pessoas jurídicas a partidos políticos, e declarar a inconstitucionalidade das expressões "ou pessoa jurídica", constante no art. 38, inciso III, e "e jurídicas", inserta no art. 39, caput e § 5º, todos os preceitos da Lei nº 9.096/95, com eficácia ex tunc."

Personalidades Acadêmicas Homenageadas:

Celso Antônio Pacheco Fiorillo (Universidade Nove de Julho - UNINOVE)

Luiz Oosterbeek (Instituto Politécnico de Tomar - IPT)

Wagner Balera (Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - PUCSP)

A regulamentação do financiamento eleitoral pode ter impacto na concretização dos valores democráticos fundamentais, uma vez que a dependência do poder econômico para a assunção a mandatos eletivos pode tornar os mandatários menos sensíveis e responsáveis perante seus eleitores quando estão intimamente ligados aos financiadores, além disso, a igualdade de competição política é distorcida quando o acesso a recursos se torna um fator determinante para o êxito nas campanhas eleitorais.

A conclusão a que chegou o STF no julgamento anteriormente citado, demonstra que a busca por um modelo de financiamento eleitoral transparente, que promova maior igualdade entre os candidatos e que blinde a disputa pelo voto da influência e do abuso do poder econômico, perpassa também pela atuação das empresas com grande poderio econômico no processo eleitoral, dada a sua relevância nas sociedades modernas.

3 ÉTICA E ATUAÇÃO DAS EMPRESAS

Conforme José Renato Nalini¹¹, a instituição que pode ser considerada vencedora no século XXI é a empresa.

A empresa é base de toda a economia industrial, suas escolhas comandam o desenvolvimento econômico, possuindo assim função motriz no processo de criação de riqueza e também de desenvolvimento da inovação.

Nesse sentido, Maria Cecília Coutinho de Arruda¹² entende que:

O equilíbrio de uma sociedade, em última instância, depende de três grandes fatores: governo, família e empresa (...). Na atual conjuntura, muito pouco podemos esperar do governo. A família, cada vez mais destruída pelos meios de comunicação de massa, está lutando para comunicar os valores morais e

¹¹ NALINI, Renato. *Ética Geral e Profissional*, 6ª ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008 (pag. 261)

¹² ARRUDA, Maria Cecília Coutinho de. *Ética na administração de marketing: um estudo exploratório no campo da comunicação e conceito de produtos, serviços e idéias*. São Paulo: Faculdade de Economia e Administração/Universidade de São Paulo, 1986. (Tese de doutorado).

Personalidades Acadêmicas Homenageadas:

Celso Antônio Pacheco Fiorillo (Universidade Nove de Julho - UNINOVE)

Luiz Oosterbeek (Instituto Politécnico de Tomar - IPT)

Wagner Balera (Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - PUCSP)

culturais aprendidos por tradição, e que mantinham os cidadãos na integridade. Restam as empresas, ou as organizações onde passamos a maior parte do nosso dia, e os melhores anos da nossa vida. É aí que será reconstruído o país: produzindo, criando, desenvolvendo, aprimorando as habilidades intelectuais e práticas. É daí que sobreviverá a educação, o ideal, o gozo por fazer coisas boas para si e para a sociedade. Esta é a haste que tem mantido o tripé, e continuará por um bom tempo, até que as outras duas consigam se levantar.

O reconhecimento da empresa como instituição fundamental para a sociedade moderna conduz à necessidade de que sua atuação se pautem em preceitos éticos. Para Newton de Lucca¹³ a Ética pode ser transportada do indivíduo que a possui para o seio de uma organização empresarial.

A preocupação com a Ética deve permear todas as atividades, mais ainda a atividade empresarial. Os estudiosos do tema elaboram teorias e traçam estratégias para convencer os empresários de que é conveniente a adoção de uma linha de conduta que leve em consideração não apenas o próprio negócio, mas o desenvolvimento de atividades comunitárias que contribuam para o aprimoramento da sociedade.

Nesse aspecto constata Nalini¹⁴ que:

A aspiração de parte da comunidade no sentido de que as empresas evidenciem consciência social sem deixar de gerar lucro não é recente. Na Inglaterra do século XIX, William Blake e Charles Dickens souberam explorar tais demandas em suas obras. O consenso possível é o de que uma empresa é uma instituição que precisa se portar com um mínimo de responsabilidade moral, mais conhecida como responsabilidade social (...) Inegável que existe um fenômeno constatável por qualquer bom observador, que é o da intensificação das responsabilidades. Já não satisfaz a população saber que uma empresa produz um bom produto ou presta um bom serviço. Ela exige que aqueles que extraem seu sustento-sob a forma de lucro-de uma atividade regulamentada, ainda que vinculada ao princípio da livre iniciativa, devolva à comunidade mais do que manter o negócio em funcionamento. Daí a importância crescente da responsabilidade social, nome empresarial para a responsabilidade ética.

¹³ DE LUCCA, Newton. *Da ética geral à ética empresarial*. São Paulo: Quartier Latin, 2009. (p.315).

¹⁴ NALINI, Renato. *Ibidem* (pag. 283)

Personalidades Acadêmicas Homenageadas:

Celso Antônio Pacheco Fiorillo (Universidade Nove de Julho - UNINOVE)

Luiz Oosterbeek (Instituto Politécnico de Tomar - IPT)

Wagner Balera (Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - PUCSP)

A sociedade de consumo de massas, em que pese seus vícios, é responsável por desenvolver consumidores cada vez melhor informados. Conceitos como responsabilidade social ganham cada vez maior relevância na atividade empresarial, exigindo das empresas que não busquem apenas o lucro, mas também exerçam seu papel social.

Para o citado autor a responsabilidade social “(...) é o *plus que a empresa pode oferecer à comunidade, além do legítimo interesse de exercer uma atividade lucrativa.*”

Assim, às atividades comerciais desenvolvidas pela empresa devem se somar preocupações de ordem sociais e ecológicas, bem como as relações com todos os *stakeholders*, ou seja, os grupos ou centros de interesse, partes envolvidas interna e externamente à atividade empresarial (acionistas, funcionários, clientes, fornecedores e parceiros e sociedade em geral).

4 PARTICIPAÇÃO DAS EMPRESAS NO FINANCIAMENTO ELEITORAL

Muito se questiona sobre a legitimidade da participação das pessoas jurídicas no financiamento eleitoral, uma vez que estas não ostentam a condição de cidadãos conforme argumento na peça inicial da ADI 4650 pelo CFOAB¹⁵ e, portanto, não poderiam ter a pretensão de participar do processo eleitoral. Tal argumento é reforçado pela premissa de que as doações eleitorais exprimem o direito fundamental de participação política, inserido no sistema dos direitos políticos, restrito, portanto, àqueles que ostentem a condição de cidadãos.

¹⁵ - “...As pessoas jurídicas são entidades artificiais criadas pelo Direito para facilitar o tráfego jurídico e social, e não cidadãos, com a legítima pretensão de participarem do processo político-eleitoral.” “As pessoas físicas e jurídicas não são iguais perante a política. Estas não são cidadãos, que podem ter a pretensão legítima de exercer influência no processo político-eleitoral.”. Conforme trechos extraídos da petição inicial da ADI proposta pelo CFOAB em 05.09.2011 e pesquisado no site do STF (<http://www.stf.jus.br/portal/geral/verPdfPaginado.asp?id=1432694&tipo=TP&descricao=ADI%2F4650>), acessado em 19.05.2018.

Personalidades Acadêmicas Homenageadas:

Celso Antônio Pacheco Fiorillo (Universidade Nove de Julho - UNINOVE)

Luiz Oosterbeek (Instituto Politécnico de Tomar - IPT)

Wagner Balera (Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - PUCSP)

As empresas privadas, ao menos no sistema capitalista, possuem uma ideologia muito clara: a busca pelo lucro. Ainda que se admita a função social das empresas, fato é que seu compromisso com o interesse público encontra-se em segundo plano.

Tanto é assim que a análise das prestações de contas encaminhadas à Justiça Eleitoral demonstra que os doadores que realizam doações em quantias significativas, dirigem seus recursos para candidaturas com ideologias e projetos políticos diametralmente distintos. Essa conclusão foi objeto de expressa menção no voto condutor do Acórdão exarado pelo Supremo Tribunal Federal quando do julgamento da ADI 4650, conforme segue:

Examinando as informações acerca dos principais doadores de campanhas no país, eliminam-se quaisquer dúvidas quanto à ausência de perfil ideológico das doações por empresas privadas. Da lista com as dez empresas que mais contribuíram para as eleições gerais em 2010, a metade (cinco) realizou doações para os dois principais candidatos à Presidência e a suas respectivas agremiações.

Até as Eleições de 2014, grande parte dos recursos arrecadados pelas campanhas eleitorais eram provenientes de empresas privadas. Estudo realizado por Geraldo Tadeu Moreira Monteiro¹⁶, pesquisador do Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro (IUPERJ), nas eleições de 2012 as pessoas jurídicas foram responsáveis por aproximadamente 95%(noventa e cinco por cento) das receitas declaradas à Justiça Eleitoral por candidatos, partidos políticos e comitês financeiros, percentual que se repetiu nas eleições de 2014.

Esse quadro demonstra a desmobilização da participação popular nas campanhas. Dados das prestações de contas parciais nas eleições de 2016, primeira eleição após a decisão do Supremo Tribunal Federal que proibiu as doações de empresas para candidatos e partidos, demonstram que até às vésperas das eleições

¹⁶ MONTEIRO, Geraldo Tadeu Moreira. Estudo apresentado em audiência pública realizada nos dias 17 e 24 de junho de 2013, convocada pelo Ministro Luiz Fux para debater aspectos do financiamento eleitoral, a fim de colher subsídios para o julgamento da ADI 4650.

Personalidades Acadêmicas Homenageadas:

Celso Antônio Pacheco Fiorillo (Universidade Nove de Julho - UNINOVE)

Luiz Oosterbeek (Instituto Politécnico de Tomar - IPT)

Wagner Balera (Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - PUCSP)

municipais 229 (duzentos e vinte e nove mil) pessoas haviam doado algum recurso para as campanhas eleitorais, número que representa o diminuto percentual de 0,16% (zero ponto dezesseis por cento) do total de eleitores¹⁷.

Há diversos estudos que procuram demonstrar os impactos deletérios aos interesses republicanos decorrentes da participação das pessoas jurídicas no financiamento eleitoral, a exemplo de estudo publicado pela Harvard Business School¹⁸, que confrontou dados de 289 empresas brasileiras e do Banco Nacional de Desenvolvimento – BNDES, com as prestações de contas encaminhadas à Justiça Eleitoral nas eleições de 2002 e 2006, identificando que para cada Deputado, Governador, Senador e até Presidente da República eleito com seu apoio, uma empresa recebe do BNDES em média US\$ 28(vinte e oito milhões) na forma de empréstimos ou por meio de financiamentos a projetos de infraestrutura dos quais participa. Deixando de algum modo sobressaído que apoiar partidos ou candidatos, para além de ser um apoio ideológico, na verdade pode ser considerado como um investimento, na verdade um excelente investimento!

Nesse mesmo sentido, destacamos o pensamento do Min. Dias Toffoli¹⁹, que presidiu a comissão de juristas do Senado Federal para elaboração de um novo Código Eleitoral, para quem:

A pessoa jurídica não vota, não pode ser votada e, caso pudesse votar, não haveria como se lhe computar um voto formal e material igual ao de todos. Portanto, não há um porquê, perante a Constituição Federal, em participar, financeiramente ou por qualquer outra forma, do processo eleitoral, excetuando-se as empresas de radiodifusão sonora e de sons e imagens as quais, por serem concessionárias de serviço público, arcam com o ônus da concessão no período eleitoral, e a imprensa escrita e a internet, que são

¹⁷ Matéria publica no jornal O Estado de São Paulo – autores Daniel Bramatti, Rodrigo Burgarelli e Guilherme Duarte, O Estado de São Paulo – Disponível em <http://politica.estadao.com.br/noticias/geral,so-0-16-dos-eleitores-doaram-a-candidatos,10000078189>. Acesso em 20.06.2017

¹⁸LAZZARINI, Sergio G.; MUSACCHIO Aldo; BANDEIRA-DE-MELLO, Rodrigo; MARCON, Rosilene. *What Do Development Banks Do? Evidence from Brazil, 2002-2009*. Disponível em <http://www.hbs.edu/faculty/Publication%20Files/12-047.pdf> - acessado em 19.06.2013.

¹⁹ TOFFOLI, José Dias. *A participação da pessoa jurídica no processo eleitoral brasileiro*. In CIAMPOLINI NETO, Cesar; WARDE JR., Walfrido Jorge. *O Direito de Empresa nos Tribunais Brasileiros*, Coord., São Paulo, Quartier Latin, 2010.

Personalidades Acadêmicas Homenageadas:

Celso Antônio Pacheco Fiorillo (Universidade Nove de Julho - UNINOVE)

Luiz Oosterbeek (Instituto Politécnico de Tomar - IPT)

Wagner Balera (Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - PUCSP)

regidas pela garantia da liberdade de manifestação e do pensamento. Já a pessoa física tem o direito, como detentora, por excelência, da soberania popular, de contribuir financeiramente para as campanhas, desde que dentro de limites. Deve-se, pois, superar a discussão bifurcada entre financiamento público ou privado de campanha, como única forma de se coibir os ilícitos eleitorais. Estes, em sua maioria, têm a participação de pessoas jurídicas. Assim, evoluímos no sentido de que as empresas devem se manter distanciadas do processo eleitoral brasileiro, em que modalidade for.”

CONCLUSÃO

Não há dúvidas que um dos pilares do Direito Eleitoral e Político é o financiamento de campanhas eleitorais. Conforme tentamos demonstrar, trata-se de um campo minado, onde podem se encontrar o direito de participação política e os investimentos na democracia, com a malversação de recursos para fins alheios à política, o que redundará em postura estranha à própria Ética esperada para tanto.

Conforme frisamos, nos últimos quatro anos, ou em outras palavras, desde as últimas eleições gerais (2014), o modelo de financiamento de campanha sofreu fortes alterações, derivadas tanto por parte do próprio Judiciário, quando do julgamento da ADI 4.650 pelo STF, que proibiu totalmente as doações de qualquer pessoa jurídica para campanhas e para partidos políticos, bem como por parte do Congresso Nacional, com a aprovação das Leis 13.165/2015, 13.487/2017 e 13.488/2017 que alteraram o processo eleitoral nas eleições de 2016 em diante, trazendo inovações e novas formas de inclusão de aporte financeiro de dinheiro público como nova plataforma para busca de doações privadas de pessoas físicas para campanhas eleitorais.

A legitimidade da participação das empresas no processo eleitoral como fontes de recursos para as campanhas foi amplamente debatida na Ação Direta de Inconstitucionalidade nº 4.650 e a partir desse entendimento é que devemos trazer argumentos derradeiros para este trabalho.

As conclusões alcançadas pela Suprema Corte demonstraram que as pessoas físicas e jurídicas não são iguais perante a política. As últimas não são

Personalidades Acadêmicas Homenageadas:

Celso Antônio Pacheco Fiorillo (Universidade Nove de Julho - UNINOVE)

Luiz Oosterbeek (Instituto Politécnico de Tomar - IPT)

Wagner Balera (Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - PUCSP)

cidadãs na acepção mais formal e jurídica do termo, portanto, não podem ter a pretensão de exercer influência no processo político-eleitoral, ao menos da forma como se efetivava até o advento da conclusão da ADI 4650.

A força do capital, em grande medida, sequestrou o Estado sem nenhuma preocupação com o desenvolvimento social desde seus primórdios até os dias atuais, instrumentalizando-o e para satisfazer seus interesses.

Como aponta o Conselheiro do Tribunal de Contas do Município de São Paulo, João Antonio da Silva Filho²⁰:

Nenhuma grande empresa consolidada no cenário econômico nacional firmou-se sem a benevolência da generosa máquina estatal brasileira. Há razões para tal diagnóstico: os empresários (“mercado”) compram agentes do Estado, principalmente a eleição de políticos influentes, e recebem em troca as benesses em forma de obras, serviços, isenção e perdão de tributos para com isso incrementar melhor seus negócios. O mercado faz do seu poder econômico – e como se sabe o dinheiro compra quase tudo – um instrumento eficaz para impor sua dinâmica aos que conduzem os negócios do Estado. Sabidamente, a relação pragmática empresários/políticos, com base na força do dinheiro, tem um potencial danoso exponencial. Raros são os políticos eleitos sem o auxílio do capital. E o capital é predador. Por onde passa subtrai caráter, compra argumentos, desfaz sólidas relações centradas na solidariedade, explora as riquezas naturais e, como um turbilhão, deixa para trás as marcas desumanas próprias do caráter competidor.”

Nesse aspecto, a própria Constituição Federal de 88, reconhecendo os efeitos danosos do poder econômico na disputa democrática, tratou de tutelar a normalidade e legitimidade das eleições contra a influência de poder econômico, e não apenas no seu abuso, conforme pode ser conferido na redação do art. 14, § 9º:

Art. 14 (...) § 9º Lei complementar estabelecerá outros casos de inelegibilidade e os prazos de sua cessação, a fim de proteger a probidade administrativa, a moralidade para exercício de mandato considerada vida pregressa do candidato, e a normalidade e legitimidade das eleições contra a influência do poder econômico ou o abuso do exercício de função, cargo ou emprego na administração direta ou indireta. (Redação dada pela Emenda Constitucional de Revisão nº 4, de 1994).

²⁰ FILHO. João Antonio da Silva. O dinheiro, a política e suas consequências. Disponível em: <https://joaoantonio.blog/2017/07/24/o-dinheiro-a-politica-e-suas-consequencias/> - acessado em 28.07.2017

Personalidades Acadêmicas Homenageadas:

Celso Antônio Pacheco Fiorillo (Universidade Nove de Julho - UNINOVE)

Luiz Oosterbeek (Instituto Politécnico de Tomar - IPT)

Wagner Balera (Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - PUCSP)

As doações eleitorais por parte das pessoas naturais – desde que limitadas, de forma a não favorecer excessivamente os ricos - podem ser vistas como um instrumento legítimo à disposição do cidadão para participação na vida pública, o mesmo raciocínio, entretanto, não “vale para as pessoas jurídicas. A doação para campanhas ou partidos se insere no sistema integrado pelos direitos políticos, que são restritos ao cidadão: não se trata de direito individual, passível de ser estendido também às pessoas jurídicas.”²¹

A construção de uma democracia efetiva demanda a existência de mecanismos que coloquem limitações claras à atuação do poder econômico nos pleitos eleitorais. Os recentes escândalos no Brasil envolvendo empresas e partidos políticos demonstram que não fazia bem à democracia a participação direta das pessoas jurídicas no processo eleitoral tal qual vinha sendo praticado, inclusive sob o ponto de vista de sua atuação Ética, razão pela qual é possível concluir que a vedação ao financiamento empresarial mostrou-se acertada, e até que não sejam demonstradas novas formas e parâmetros objetivos justos para adequação da participação das pessoas jurídicas no jogo democrático, não há razão de se revolver tal prática, especialmente na atual quadra em que o legislador trouxe à baila novas formas de aporte de dinheiro para aplicação em campanhas eleitorais, como se verifica pela injeção de dinheiro público (FEFC) nas campanhas, bem como de valores privados (através da nova modalidade de captação de recursos de pessoas físicas conhecida como financiamento coletivo virtual ou *crowdfunding*, autorizada a coletar valores para pré-candidatos desde o último dia 15 de maio).

Por derradeiro, cabe aduzir que qualquer tipo de modificação do modelo de financiamento de campanhas eleitorais no Brasil deve ser pautado pelo incentivo ao envolvimento da sociedade com o objetivo de democratizar o acesso a recursos, e em especial, da participação das pessoas físicas nas campanhas eleitorais, haja vista a

²¹ Cf. Petição Inicial da ADI nº 4650, disponível em <http://redir.stf.jus.br/paginadorpub/paginador.jsp?docTP=TP&docID=1432694#0%20-%20Peticao%20inicial%20-%20Peti%E7%E3o%20Inicial> - acessado em 19.05.2018

Personalidades Acadêmicas Homenageadas:

Celso Antônio Pacheco Fiorillo (Universidade Nove de Julho - UNINOVE)

Luiz Oosterbeek (Instituto Politécnico de Tomar - IPT)

Wagner Balera (Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - PUCSP)

perspectiva implícita de que quem doa, o faz porque acredita num projeto político apresentado, fazendo com que o espírito maior do jogo democrático seja renovado através de ações como esta, sempre pelo lado do cidadão e não da pessoa jurídica como em tempos idos.

REFERÊNCIAS

ALVIM, Frederico Franco. **Manual de Direito Eleitoral**. Belo Horizonte: Fórum, 2012

ARRUDA, Maria Cecília Coutinho de. **Ética na administração de marketing: um estudo exploratório no campo da comunicação e conceito de produtos, serviços e ideias**. São Paulo: Faculdade de Economia e Administração/Universidade de São Paulo, 1986. (Tese de doutorado).

BARROSO, Luis Roberto. **A Reforma Política: Uma Proposta de Sistema de Governo, Eleitoral e Partidário para o Brasil**. Disponível em: <http://www.luisrobertobarroso.com.br/wpcontent/themes/LRB/pdf/instituto_proposta_introducao_objetivos_e_ideias_centrais.pdf> acesso em 06.07.2017.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**.

_____. **Lei nº 4.737, de 15 de julho de 1965 (Código Eleitoral)**.

_____. **Lei Complementar nº 64, de 18 de maio de 1990**. (Lei das Inelegibilidades). Estabelece, de acordo com o art. 14, § 9º da Constituição Federal, casos de inelegibilidade, prazos de cessação, e determina outras providências.

_____. **Lei nº 9.096, de 19 de setembro de 1995**. (Lei Orgânica dos Partidos Políticos). Dispõe sobre partidos políticos, regulamenta os arts. 17 e 14, § 3º, inciso V, da Constituição Federal.

_____. **Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997**. (Lei das Eleições). Estabelece normas para as eleições.

_____. **Lei nº 13.165, de 29 de setembro de 2015**. Altera as Leis nos 9.504, de 30 de setembro de 1997, 9.096, de 19 de setembro de 1995, e 4.737, de 15 de julho de 1965 - Código Eleitoral, para reduzir os custos das campanhas eleitorais, simplificar a administração dos Partidos Políticos e incentivar a participação feminina.

Personalidades Acadêmicas Homenageadas:

Celso Antônio Pacheco Fiorillo (Universidade Nove de Julho - UNINOVE)

Luiz Oosterbeek (Instituto Politécnico de Tomar - IPT)

Wagner Balera (Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - PUCSP)

_____. **Lei nº 13.487, de 06 de outubro de 2017.** Altera as Leis nos 9.504, de 30 de setembro de 1997, e 9.096, de 19 de setembro de 1995, para instituir o Fundo Especial de Financiamento de Campanha (FEFC) e extinguir a propaganda partidária no rádio e na televisão.

_____. **Lei nº 13.488, de 06 de outubro de 2017.** Altera as Leis nos 9.504, de 30 de setembro de 1997 (Lei das Eleições), 9.096, de 19 de setembro de 1995, e 4.737, de 15 de julho de 1965 (Código Eleitoral), e revoga dispositivos da Lei no 13.165, de 29 de setembro de 2015 (Minirreforma Eleitoral de 2015), com o fim de promover reforma no ordenamento político-eleitoral.

CARDOSO, Magaly Silicani; LIZARDO, Filipe Soares. Prestação de contas dos candidatos e dos partidos políticos: regimes, efeitos das decisões e recursos. In: GUILHERME, Walter de Almeida; KIM, Richard Pae; SILVEIRA, Vladimir Oliveira (Coord.). **Direito eleitoral e processual eleitoral: temas fundamentais.** São Paulo: Revista dos Tribunais, 2012.

DE Lucca, Newton. **Da ética geral à ética empresarial.** São Paulo: Quartier Latin, 2009.

FILHO. João Antonio da Silva. **O dinheiro, a política e suas consequências.** Disponível em: <<https://joaoantonio.blog/2017/07/24/o-dinheiro-a-politica-e-suas-consequencias/>> acesso em 28.07.2017

GOMES, José Jairo. **Direito Eleitoral.** 9. ed. São Paulo: Atlas, 2013.

GONÇALVES, Luiz Carlos dos Santos; ZÍLIO, Rodrigo López. **Comentários às Súmulas do TSE.** Salvador: JusPodivm, 2017.

International Idea – Institute for Democracy and Electoral Assistance. Elin Falguera, Samuel Jones, Magnus Ohman (Editores) - **Financiamento de partidos políticos e campanhas eleitorais: um manual sobre financiamento político.** – Rio de Janeiro: FGV Editora, 2015.

JORGE, André Guilherme Lemos. **Manual de Estudos de Direito Eleitoral e Jurisprudência.** 2. ed. SÃO PAULO: CONJUR, 2017.

LAZZARINI, Sergio G.; MUSACCHIO Aldo; BANDEIRA-DE-MELLO, Rodrigo; MARCON, Rosilene. **What Do Development Banks Do? Evidence from Brazil, 2002-2009.** Disponível em <<http://www.hbs.edu/faculty/Publication%20Files/12-047.pdf>> - acessado em 19.06.2017.

Personalidades Acadêmicas Homenageadas:

Celso Antônio Pacheco Fiorillo (Universidade Nove de Julho - UNINOVE)

Luiz Oosterbeek (Instituto Politécnico de Tomar - IPT)

Wagner Balera (Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - PUCSP)

MONTEIRO, Geraldo Tadeu Moreira. **Estudo apresentado em audiência pública realizada nos dias 17 e 24 de junho de 2013**, convocada pelo Ministro Luiz Fux para debater aspectos do financiamento eleitoral, a fim de colher subsídios para o julgamento da ADI 4650.

MONTESCHIO, Horácio; JUCÁ, Francisco Pedro. A Crise Político Partidária Brasileira: Fim das Coligações para Eleições Proporcionais, Adoção da Cláusula de Barreira e a Eliminação de Comissões Provisórias, Sugestões para Verdadeira Reforma Política no Brasil. **Revista Jurídica - UNICURITIBA**. 2. v., n. 47, Curitiba, 2017

NALINI, José Renato. **Ética Geral e Profissional**, 6ª ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008.

TOFFOLI, José Antonio Dias. **Financiamento das Campanhas Eleitorais**. Disponível em <http://www.tse.gov.br/eje/arquivos/publicacoes/seminario/html/jose_toffoli.htm> acessado em 27.06.2016.

_____. A participação da pessoa jurídica no processo eleitoral brasileiro. In CIAMPOLINI NETO, Cesar; WARDE JR., Walfrido Jorge. **O Direito de Empresa nos Tribunais Brasileiros**, Coord., São Paulo, Quartier Latin, 2010.

Tribunal Superior Eleitoral. **Repositório de dados**. Disponível em <<http://www.tse.jus.br/eleicoes/estatisticas/repositorio-de-dados-eleitorais>> acessado em 30.06.2017.

VELLOSO, Carlos Mário da Silva e AGRA, Walber de Moura. **Elementos de Direito Eleitoral**. São Paulo: Saraiva, 2009.

ZOVATTO, Daniel. Financiamento dos partidos e campanhas eleitorais na América Latina: uma análise comparada, in **Opinião Pública**, Campinas, Vol. XI, n. 2, out 2005.