

40º Encontro Anual da ANPOCS
ST 12 Dinheiro, política e democracia

Eficiência do gasto eleitoral e organização partidária

Arthur Thury Vieira Fisch
Doutorando em Administração Pública e Governo
Linha: Política e Economia do Setor Público

Setembro 2016

1. Introdução

Os partidos são organizações centrais na vida política e na administração pública de um país. O partido político é a instituição responsável por fazer a ponte do eleitorado com o governo, sendo de vital importância para o funcionamento das democracias. A organização partidária é, assim, o empreendimento coletivo que organiza a competição por cargos públicos (ALDRICH, 1995). Os partidos existem porque atuar coletivamente é a melhor estratégia para que os políticos consigam ser eleitos. Por sua centralidade no jogo político e pela sua relevância em relação à gestão pública, compreender como se organizam e funcionam os partidos políticos, principalmente na arena eleitoral, é demasiadamente importante.

O financiamento dos gastos de campanha é parte muito relevante do processo de disputa eleitoral. Os recursos financeiros moldam os contornos da competição nas eleições e da representação democrática (SAMUELS, 2001). Além disso, o volume de dinheiro empreendido nas disputas eleitorais, no Brasil, é grande e concentrado em poucos doadores (MANCUSO, 2012), o que traz consequências para o comportamento estratégico dos políticos nas eleições.

A disputa eleitoral envolve competição, não só por votos, mas por recursos de campanha. A organização partidária tem grande influência sobre como estes recursos serão obtidos, através da arrecadação de fundos (*fundraising*), e como serão distribuídos (BOLOGNESI; CERVI, 2011). Sendo assim, é relevante compreender qual é a eficiência destes recursos e qual o papel da organização dos partidos em otimizar os gastos de campanha, para entender melhor como os partidos funcionam e como estes auxiliam os políticos a se elegerem.

O presente trabalho discutirá a correlação do número de votos recebidos por partidos políticos nos estados brasileiros na eleição de deputados federais de 2010 com os gastos eleitorais, controlado por uma variável de organização partidária, que será a existência de diretório partidário organizado no Estado. O objetivo geral do estudo é verificar empiricamente se a organização partidária a nível estadual tem efeitos sobre a eficiência do gasto de campanha.

O trabalho está organizado da seguinte maneira: na segunda seção será feita uma breve revisão da literatura sobre o tema; na terceira seção será apresentada a metodologia e os

bancos de dados a serem utilizados no trabalho; na sequência, na quarta seção serão expostos os resultados encontrados; na quinta seção, finalizando com as conclusões sobre este trabalho. Adicionalmente, têm-se as referências bibliográficas utilizadas.

2. Revisão da literatura

A eleição de políticos é o evento que caracteriza e define uma democracia representativa. É o momento onde diferentes atores, com plataformas e ideologias distintas competem por corações e mentes, em uma disputa pelo poder de implementar determinada agenda política. A arena eleitoral é, portanto, um dos pilares do sistema político. Esta disputa não é somente pelo voto, mas é também pelos recursos para obtê-los. Atualmente, nas democracias representativas, um dos principais recursos em disputa é o financiamento eleitoral. Assim, é relevante compreender qual a relação do financiamento com o resultado das eleições.

O debate sobre como o financiamento da disputa eleitoral se reflete em seus resultados produziu uma série de estudos empíricos sobre este tema. Verificou-se que os gastos de campanha têm efeito positivo e significativo sobre os votos recebidos pelos candidatos (BENOIT; MARSH, 2010; COX; THIES, 2000; FIGUEIREDO FILHO et al., 2014; JOHNSON, 2012; SAMUELS, 2001). A relevância das despesas eleitorais para as eleições é observada em diversos países como: Irlanda (BENOIT; MARSH, 2010; JOHNSON, 2012), Brasil (FIGUEIREDO FILHO et al., 2014; JOHNSON, 2012; LEMOS; MARCELINO; PEDERIVA, 2010; SAMUELS, 2001), Finlândia (JOHNSON, 2012), Japão (COX; THIES, 2000), Estados Unidos (JACOBSON, 1990) e Alemanha (FINK, 2012). A literatura estudada aborda a questão ao relacionar a quantidade de votos recebidos pelo candidato com o montante gasto em sua campanha, utilizando métodos econométricos para isso. A relação positiva entre votos e candidatos se mantém em sistemas eleitorais distintos, como o majoritário ou o proporcional, indicando a força do dinheiro nas eleições.

2.1. Gastos de campanha geram mais votos?

Se o sucesso eleitoral de um candidato está relacionado à quantidade de recursos que este pode empenhar em sua campanha, dispendir grandes quantias de dinheiro garantiria a vitória em uma eleição? A questão que se segue na literatura, tanto nacional quanto internacional a

partir disto é se os recursos financeiros teriam o mesmo efeito para todos os tipos de concorrentes e financiamentos.

A distinção entre candidatos que se autofinanciam e aqueles que recebem doações de campanha de terceiros é feita por Brown (2013). Este autor afirma que a visão de que o efeito aparente dos gastos de campanha tem sobre os votos é inflado por uma variável omitida, uma vez que são os melhores candidatos, no sentido de eleitoralmente mais competitivos, aqueles que conseguem mais doações. O autor encontra, a partir de dados eleitorais norte-americanos, evidências de que recursos financeiros não se traduzem em votos no caso de candidatos que financiam sua própria campanha, enquanto nos concorrentes financiados por terceiros, tal relação é positiva e significativa. Brown (2013), dessa forma, qualifica o debate ao indicar que características dos candidatos são importantes para a eficiência do dinheiro na campanha.

Além da distinção entre candidatos discutida por Brown (2013), foi debatido pela literatura se o efeito do dinheiro nas campanhas seria diferente no caso de candidatos que buscam a reeleição (incumbentes) e candidatos novatos, que procuram um primeiro mandato (desafiantes). Jacobson (1978), em seu trabalho pioneiro, estabeleceu a visão de que desafiantes, nas eleições norte-americanas, conseguem converter mais eficientemente dinheiro em votos do que incumbentes. Tal evidência, que recebeu o nome de “efeito de Jacobson”¹, também foi encontrada em outro trabalho do mesmo autor feito décadas mais tarde (JACOBSON, 1990).

O efeito de Jacobson é explicado pelo fato de que os incumbentes, por terem vantagens ao ocuparem seus cargos (como visibilidade, mídia, assessores, entre outros), são menos eficientes do que os desafiantes ao traduzirem dinheiro em votos. Sua eficiência seria menor, pois por serem mais conhecidos e contarem com maior estrutura partiriam de uma base de votos maior, o custo de um voto marginal seria maior por conta dos retornos decrescentes do dinheiro. Assim, ao ocuparem cargos públicos, os incumbentes têm uma

¹ Tradução livre para “Jacobson effect”

série de vantagens o que acarretam em uma menor eficiência marginal do dinheiro empenhado em campanha.

Benoit e Marsh (2008) teorizam sobre os motivos pelos quais os efeitos dos gastos dos incumbentes podem variar. Os autores apresentam dois motivos principais. O primeiro diz respeito ao fato de que ao ocupar um cargo público, o incumbente tem vantagens eleitorais fixas que não variam de acordo com o montante gasto na disputa eleitoral. A segunda motivação é explicada pela endogeneidade e marginalidade dos gastos eleitorais, uma vez que os incumbentes tendem a gastar mais quando estão sendo ameaçados por concorrentes muito competitivos e são menos eficientes do que os desafiantes.

Apesar de o efeito Jacobson ter sido observado para as disputas eleitorais nos EUA e na Coreia do Sul (JACOBSON, 1978, 1990; SHIN et al., 2005), não foi encontrada a mesma evidência para outros países, como Brasil, Irlanda e Finlândia (BENOIT; MARSH, 2010; JOHNSON, 2012; SAMUELS, 2001). Samuels (2001) afirma que no Brasil não se observa o efeito de Jacobson, pois, no país, ter uma vaga na Câmara dos Deputados gera pouco reconhecimento político em comparação a outros cargos, como os cargos de prefeito e governador, por exemplo. Assim, muitos incumbentes escolheriam não se reeleger no congresso para buscar outros cargos eletivos. Além disso, existiriam desafiantes muito mais proeminentes politicamente do que incumbentes e o sistema eleitoral tal como está configurado, atrapalharia os esforços de promoção dos candidatos.

Para Johnson (2012), os gastos de campanha têm como função mobilizar eleitores, e assim angariar votos. Este autor afirma que o efeito familiaridade é desproporcional entre candidatos, o que indicaria que os eleitores os avaliam para além de seu partido político. Ele também argumenta que o efeito dos gastos de campanha será baixo se quem está entrando na política já é conhecido, ou se o candidato em questão é politicamente não atrativo, ou seja, não tem espaço para crescimento por não conseguir atrair novos apoiadores. A não atratividade é relacionada com uma série de fatores, tais como: a posição ideológica do candidato, dependendo de como este se posiciona pode não conseguir novos eleitores; e a qualidade do desafiante; ou seja, sua capacidade de organizar a campanha, sua experiência política/profissional.

Além de discutir características dos próprios candidatos, é importante para a efetividade dos gastos de campanha, a maneira como o sistema político está organizado. No Brasil, os deputados são eleitos utilizando um sistema político de representação proporcional de lista aberta. Os eleitores votam em partidos ou nos candidatos, estes votos são alocados conforme uma fórmula eleitoral que utiliza o método de distribuição D'Hondt e onde a coligação é permitida (NICOLAU, 2004). Os distritos eleitorais brasileiros são os próprios estados da nação mais o distrito federal. Dessa forma, o país possui 27 distritos que têm magnitude que varia de 8 a 70 deputados, totalizando 513 cadeiras na Câmara dos Deputados.

A maneira como as cadeiras do parlamento são alocadas alteram os incentivos para a campanha (CAREY; SHUGART, 1995). Dessa maneira, segundo Carey e Shugart (1995), importa o controle dos líderes partidários sobre o acesso à lista de candidatos, ao grau em que candidatos são eleitos independentemente de seus colegas de partido e a fórmula eleitoral, ou seja, como os eleitores escolhem seus candidatos e como os votos são agregados. Os autores afirmam que devido às suas características, o sistema eleitoral brasileiro é o que possui um dos votos mais personalistas do mundo, onde a importância dos votos partidários é reduzida.

Ao alterar os incentivos para a campanha, a forma de alocação de cadeiras e a própria organização do sistema político de maneira geral importam para a definição do seu resultado, e consequentemente, para a eficiência dos recursos empregados na disputa eleitoral. Assim, como os gastos de campanha de um candidato específico se traduzirá em votos não é apenas determinado por características próprias do político em questão, mas também pela configuração sistêmica e pela forma como ele se insere na política, que é através dos partidos.

2.2. Os partidos e sua organização

Os partidos são partes estruturantes do sistema político e estão, portanto, no coração da política, uma vez que as democracias representativas não funcionariam sem estas instituições (ALDRICH, 1995). Nesse sentido, como exposto por Aldrich (1995), os partidos são as

organizações coletivas que organizam a competição por cargos eletivos. A arena eleitoral é fundamental para estas organizações, uma vez que elas têm como fim a conquista do poder ao selecionar candidatos, apresentar propostas e mobilizar o eleitorado.

Os interesses dos políticos criam e modificam os partidos, que é, assim, uma instituição endógena ao próprio sistema político (ALDRICH, 1995). Aldrich (1995) argumenta que os políticos não possuem ambições partidárias *per se*. Na verdade, estes atores utilizam os partidos como instrumentos para objetivos próprios mais fundamentais, como ter uma carreira política de sucesso, desenvolver determinadas políticas públicas, ter poder e prestígio dentro de governos, dentre outros.

A escala da política contemporânea e a dinâmica parlamentar tornaram a criação de partidos uma necessidade para os políticos, que precisavam de uma organização estável que coordene as atividades políticas entre distritos, nas assembleias parlamentares e nos comitês dos governos (BOIX, 2007). Os partidos funcionam, portanto, como uma solução institucional para agregar preferências de forma a resolver problemas de ação coletiva (ALDRICH, 1995). Assim, os partidos objetivam a eleição de seus políticos e a implementação de suas plataformas e funcionam como ponte entre o público e o governo.

Como os partidos têm como fim a conquista e a manutenção do poder (GUARNIERI, 2009), sua organização interna deverá atender estes objetivos. Dessa forma, teoricamente, a estrutura partidária terá influência nos candidatos selecionados, na obtenção de fundos para a campanha e no desempenho eleitoral.

A organização partidária revela características fundamentais sobre os modelos de partidos que predominam em determinado sistema político, e em última análise sobre o próprio sistema (BRAGA, 2008). Ao criarem os partidos, os políticos procuram estruturá-los conforme suas necessidades e ambições, e dessa forma, escolhem com maior ou menor liberdade, as regras que os regem (GUARNIERI, 2010). Segundo Guarineri, dependendo das circunstâncias em que a escolha de regras é feita, cada partido passa a ter uma fisionomia própria, sendo um determinado tipo de organização. Para Braga (2008), as variáveis analíticas importantes da organização partidária se referem as que determinam o acesso ao

poder interno do partido político, assim como as relações deste com o Estado e a sociedade civil.

Guarnieri (2009) discorre em seu trabalho como funcionam os partidos brasileiros e sua organização. O autor apresenta que como os partidos no Brasil podem lançar candidatos nos três níveis de governo (federal, estadual e municipal), sua estrutura partidária corresponderá a esta divisão. Para o autor, os órgãos mais importantes na estrutura dos partidos são os de deliberação (convenções) e os de direção (diretórios e comissões executivas). Os diretórios através da comissão executiva ficam a cargo das atividades cotidianas do partido, definindo as regras das convenções. Segundo Guarnieri (2009), “pode-se dizer que a vida partidária se resume à disputa pelo controle destas instâncias”.

De maneira formal, a organização partidária se configura da base para o topo, do nível municipal para o federal. Assim, de maneira simplificada, cabe à convenção municipal escolher os membros do diretório municipal e os delegados da convenção regional. A convenção regional, por sua vez, escolhe os membros do diretório regional e os delegados da convenção nacional do partido, que decide quem fará parte do Diretório Nacional (GUARNIERI, 2009).

Para Guarnieri (2009), apesar de formalmente, a organização partidária ocorrer da base para o topo, as lideranças partidárias têm um recurso que permite o controle de forma *top down*, que são as Comissões Provisórias. Estas comissões surgem como forma do partido se organizar inicialmente em localidades que possuem poucos filiados e são menos institucionalizados. Segundo o autor, esta situação deveria se reverter com o tempo, com a consolidação e organização de diretórios. Porém, na prática, observam-se alguns partidos com mais Comissões Provisórias do que deveriam ter. A existência de Comissões Provisórias tem como implicação o controle da indicação dos delegados da Comissão Provisória por parte dos dirigentes partidários estabelecidos. No caso dos partidos que possuem muitas Comissões Provisórias em sua composição, estes dirigentes estabelecidos passam a controlar as convenções como um todo (GUARNIERI, 2009). O fato de um partido possuir Comissão Provisória em determinada localidade indica, portanto, um menor grau de abertura para a comunidade local participar da vida partidária.

As relações da sociedade com o partido podem variar em uma série de dimensões. Roberts (2002) desenvolve uma tipologia de relações entre sociedade e partidos, sendo uma delas a relação de *political brokerage* e *patron-clientelism*. A relação de *brokerage*, segundo o autor, envolve a troca de benefícios seletivos em troca de apoio político, criando assim um laço baseado na provisão de recompensas e favores em troca de lealdade política.

Os partidos mais organizados em determinado território, ou seja, aqueles com maior institucionalização de seus organismos partidários possuem, possivelmente, uma relação mais próxima com a população devida à possibilidade de participação da comunidade local. Esta relação mais próxima faz com que o partido possua, naturalmente, maior interlocução com os eleitores e articuladores locais (*brokers*) do próprio partido. Dessa forma, um partido mais organizado, necessitaria de menos recursos para atingir o eleitorado de uma região.

Nesse sentido, faz sentido teorizar que a eficiência do financiamento de campanha, como recurso eleitoral, dependerá de como o partido está organizado no território, de sua estrutura de participação e de decisão. Isto indica que não são só características pessoais dos candidatos que importam para a sua competitividade.

3. Metodologia

O presente trabalho tem como objetivo verificar empiricamente se a eficiência do gasto de campanha se altera de acordo com a organização partidária. Para tanto, será testada a hipótese do gasto de campanha ser menos efetivo para partidos mais organizados do que para partidos com baixa organização, ou seja, a despesa de campanha se traduz marginalmente em menos votos para partidos mais organizados.

Esta hipótese é justificada por uma série de fatores. Primeiramente, partidos mais organizados, possuem uma estrutura de decisão com regras mais institucionalizadas, a organização permite, portanto, maior clareza na competição intrapartidária por lugares na lista de candidatos. Isto se reflete no fato, de possivelmente, políticos mais competitivos e mais alinhados com o perfil do partido saíam como candidatos. Estes políticos supostamente precisariam de menos recursos para se eleger. A organização também se reflete na presença territorial e na participação de comunidades locais. Partidos com diretórios estabelecidos

possuem, provavelmente, maior presença local e, conseqüentemente, mais contatos com a comunidade da região, do que aqueles que estão organizados somente em comissões provisórias. Este fato faz com que o partido mais organizado possua um maior número de articuladores locais (*brokers*) para as eleições, tornando a campanha mais barata.

A metodologia a ser adotada neste trabalho segue a literatura sobre o tema, em especial Samuels (2001), ao utilizar regressões lineares como método de análise. Buscar-se-á, por meio de regressões lineares utilizando o Método dos Mínimos Quadrados Ordinários (MQO) robustos a heterocedasticidade, verificar empiricamente a hipótese descrita anteriormente.

3.1. Banco de dados

Objetivando estudar a relação do gasto de campanha e votos de cada partido, controlado pela organização partidária, buscou-se construir um banco de dados com as seguintes variáveis:

- **%Votos:** representa o percentual de votos totais (que são a agregação dos votos dos candidatos mais os votos na legenda) de determinado partido no estado em relação a todos os votos para deputados federais (incluindo brancos e nulos) no mesmo estado. Estes dados são referentes ao ano de 2010 e foram obtidos por meio do CEPESPDData². Esta é a variável dependente de todos os modelos analisados.
- **%Gasto:** representa o percentual de gastos de campanha para deputado federal de determinado partido no estado em relação ao total gasto por todos os partidos no mesmo estado. Os partidos que não apresentaram dados de gasto, tiveram votação praticamente irrelevante. Para estes partidos, o gasto foi considerado como sendo zero. As informações de gastos são referentes a eleição de 2010 e foram obtidos através do Tribunal Superior Eleitoral (TSE). Espera-se que o coeficiente desta variável seja positivo.
- **%Gasto²:** esta variável representa os retornos marginais decrescentes do gasto de campanha. É esperado um coeficiente negativo para esta razão.

² Disponível em < <http://200.18.49.109/cepespdata/>>. Acessado em 29 de Novembro de 2015, às 15h 45.

- **Magnitude do Distrito:** esta é uma variável de controle para o número de cadeiras de deputado federal por estado; assim, quanto maior for a magnitude do estado, maior será o número de competidores e menor será o percentual de votos que um candidato receberá. Este dado foi coletado através da página da Câmara dos Deputados.
- **Magnitude do Distrito * %Gasto:** esta variável mede o efeito indireto da magnitude do distrito sobre o gasto de campanha. Assim como para Samuels (2001), espera-se um coeficiente negativo, pois conforme a magnitude de um distrito aumenta, um candidato tem de gastar relativamente mais para alcançar os eleitores, devido ao tamanho da população e a presença de mais competidores.
- **Diretórios:** esta é uma variável *dummy* que é igual a 1 se o partido em questão possui diretório estadual organizado e 0 caso não possua. Dessa forma, os partidos que possuem Comissão Provisória, Comissão Interventora ou não apresentaram dados sobre diretórios são considerados como 0³. Os dados sobre os órgãos partidários foram retirados do Sistema de Gerenciamento de Informações Partidárias (SGIP) do TSE⁴ e se referem aos órgãos ativos na eleição de 2010. A partir da hipótese, espera-se que ter diretório impacte positivamente nos votos, portanto, que a variável possua um coeficiente positivo.
- **Diretórios*%Gasto:** esta é a variável independente de maior interesse. Ela é a interação entre as variáveis Diretórios e %Gasto. Ela testa o potencial de, independentemente do diretório trazer mais ou menos votos, se os partidos com diretórios estaduais organizados traduzem dinheiro mais ou menos eficientemente em votos. Caso o coeficiente desta variável seja significativo e positivo, isto implica que os partidos organizados em diretórios traduzirão o

³ Os dados sobre os Diretórios, Comissões Provisórias, Comissões Interventoras serão apresentados em maior detalhamento no Apêndice deste trabalho.

⁴ Disponível em < <http://www.tse.jus.br/partidos/partidos-politicos/sistema-de-gerenciamento-de-informacoes-partidarias-sgip-modulo-externo-2013-sgipex>>. Acessado em 29 de Novembro de 2015, às 17h30.

dinheiro em votos de forma mais eficiente. Caso o coeficiente seja negativo, isto significa que os partidos menos organizados são mais eficientes.

A base de dados constituída possui 667 observações que são referentes às informações agregadas da eleição de deputados federais dos partidos em cada um dos estados brasileiros na eleição de 2010. A Tabela 1 apresenta as estatísticas descritivas da base em questão:

Tabela 1 - Estatística descritivas das variáveis⁵

	Mínimo	Mediana	Média	Máximo	Desvio Padrão
%Votos	0,6 x 10 ⁻⁴ (PSDC - GO)	0,011	0,036	0,296 (PMDB - PB)	0,053
%Gasto	0,000 (PTN - TO)	0,007	0,040	0,532 (PMDB - RR)	0,068
%Gasto ²	0,000 (PTN - TO)	5,240 x 10 ⁻⁵	6,261 x 10 ⁻³	0,002 (PMDB - RR)	0,019
Magnitude do Distrito	8,000 (Tocantins)	10,000	19,560	70,000 (São Paulo)	16,344
Magnitude do Distrito * %Gasto	0,000 (PTN - TO)	0,119	0,769	17,230 (PT - SP)	1,625
Diretórios	0,000 (PV - AL)	0,000	0,4813	1,000 (DEM - BA)	0,500
Diretórios * %Gasto	0,000 (PV - AL)	0,000	0,029	0,532 (PMDB - RR)	0,065

Fonte: Elaboração do autor

⁵ Quando houver mais de uma observação para valor máximo ou mínimo, serão apresentadas a última e a primeira observação por ordem alfabética.

3.2. Modelos

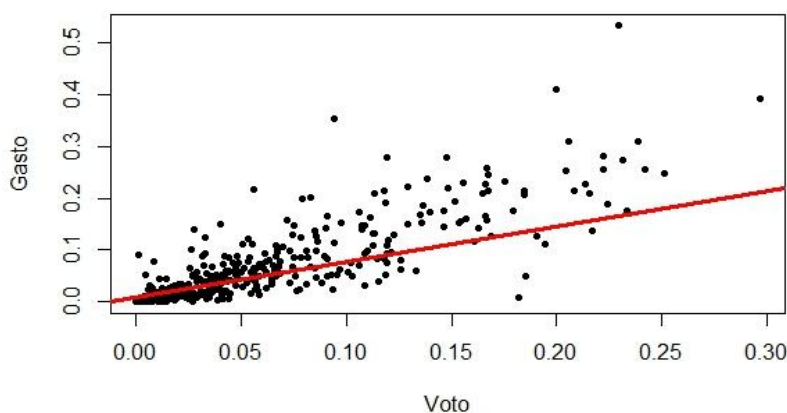
Visando testar a hipótese central deste trabalho, foram construídos modelos incorporando diferentes variáveis. Tais modelos foram construídos utilizando o método dos Mínimos Quadrados Ordinários com correção para os erros padrões robustos à heterocedasticidade. Cada modelo analisado adiciona progressivamente variáveis independentes a fim de facilitar a comparação entre eles, de forma similar ao realizado por Samuels (2001).

No modelo 1, foi testado somente o impacto dos gastos e da magnitude do distrito sobre os votos. Já no modelo 2, foi incluída a variável de Diretórios. O modelo 3, por sua vez adiciona a interação entre gastos e magnitude do distrito. Por fim, o modelo 4 sofisticou o modelo 3 ao incluir a interação entre a variável de diretórios e gastos.

4. Resultados

Primeiramente, foi analisado o gráfico da dispersão das variáveis %Votos e %Gasto, que pode ser observado na Figura 1. Nota-se a partir, da leitura da Figura, que a relação entre votos e gastos é positiva, conforme sugere a literatura. Isto indica que para a amostra estudada, quanto maior a proporção de dinheiro empenhado em campanha, maior será a proporção de votos recebidos pelo partido no estado.

Figura 1 – Dispersão %Votos X %Gasto



Fonte: Elaboração do autor

Após esta análise de correlação inicial, foram estimados os coeficientes para os quatro modelos expostos anteriormente.

Tabela 2 – Resultado das Regressões

	Modelo 1	Modelo 2	Modelo 3	Modelo 4
Intercepto	6,620 x 10 ^{-3***} (1,179 e-03)	4,698 x 10 ^{-3***} (1,098 e-03)	4,582 x 10 ^{-3***} (1,113 e-03)	5,369 x 10 ^{-3***} (9,891 e-04)
%Gasto	0,953*** (0,041)	0,931*** (0,042)	0,934*** (0,055)	0,900*** (0,058)
%Gasto ²	-1,046*** (0,156)	-1,010*** (0,155)	-1,014*** (0,157)	-1,106*** (0,167)
Magnitude do Distrito	-9,245 x 10 ⁻⁵ (4,592 x 10 ⁻⁵)	-1,024 x 10 ^{-4*} (4,713 x 10 ⁻⁵)	-9,671 x 10 ^{-5*} (4,288 x 10 ⁻⁵)	-8,370 x 10 ⁻⁵ (4,389 x 10 ⁻⁵)
Magnitude do Distrito *			-1,539 x 10 ⁻⁴ (1,180 x 10 ⁻³)	-5,434 x 10 ⁻⁴ (1,246 x 10 ⁻³)
%Gasto				
Diretórios		5,831 x 10 ^{-3**} (1,824 x 10 ⁻³)	5,833 x 10 ^{-3**} (1,825 x 10 ⁻³)	3,277 x 10 ⁻³ (1,718 x 10 ⁻³)
Diretórios *				0,081
%Gasto				(0,056)
R2	0,800	0,803	0,803	0,805

Código de Significância: * a 0%, ** a 0,1%, * a 5% Fonte Elaboração do autor**

Os resultados observados no modelo 1 indicam que o gasto percentual tem correlação estatisticamente significativa a 0% e positiva com os voto, onde 1% a mais de %Gasto corresponde a um aumento de cerca de 0,9% em %votos. . Estes resultados também indicam que o gasto de campanha possui retornos marginais decrescentes, conforme o esperado. Não se observou significância estatística para a magnitude do distrito.

O modelo 2 inclui a variável dummy de diretórios ao modelo 1. Observa-se, neste modelo, uma diminuição do coeficiente do intercepto que continua bastante significativo e um aumento do coeficiente da variável de magnitude que passa a ser significativa no nível de 5%. Por outro lado, o coeficiente da variável Diretórios é positivo e significativo, o que indica que o fato de possuir diretório é relacionado com um percentual maior de votos. Não há alteração relevante no R2.

O modelo 3 introduz a interação entre a magnitude do distrito e o percentual de gastos. Os resultados mostraram que a inclusão desta variável não alterou os resultados encontrados no modelo 2, de forma significativa, não havendo mudanças nos coeficientes e sua significância estatística.

Por fim, o modelo 4 adiciona ao modelo 3 a variável de interação entre Diretórios e %Gasto. A inclusão desta variável não altera de maneira expressiva os coeficientes de gasto %Gasto e %Gasto². O impacto dela se dá principalmente, no coeficiente de diretórios e magnitude, que se reduzem e deixam de ser significantes. Assim, é possível inferir que o efeito da variável de diretório está superestimado quando esta é colocada sozinha nos modelos. A interação do percentual do gasto de campanha com a *dummy* de Diretórios não é estatisticamente significativa, o que representa que um partido possuir diretório em determinado estado não se traduz em gastos de campanha mais ou menos eficientes.

5. Conclusões

A disputa eleitoral é assunto de elevada importância para o entendimento do funcionamento dos governos e da política como um todo. Esta é uma disputa por recursos escassos, sejam votos, recursos financeiros, tempo de televisão, entre outros. Compreender quais fatores influenciam o resultado eleitoral, em que direção se dá tal influência e qual seu impacto é relevante para uma melhor alocação dos recursos de campanhas.

O presente trabalho encontrou relação significativa e positiva entre gastos de campanha e votação para a votação agregada de deputados federais por partido e por estado nas eleições brasileiras de 2010. Este resultado está em linha com a literatura sobre o assunto (BENOIT; MARSH, 2010; COX; THIES, 2000; FIGUEIREDO FILHO et al., 2014; JOHNSON, 2012; SAMUELS, 2001). Tal fato indica que os recursos financeiros de uma campanha são relevantes para o resultado eleitoral.

A correlação positiva entre o gasto de campanha e a votação dos partidos nos leva a seguinte questão: quais fatores tornariam este gasto mais ou menos eficiente? Este trabalho buscou verificar empiricamente se a organização dos partidos em diretórios estaduais teria como efeito gastos menos eficientes. Os resultados encontrados para esta questão evidenciam que possuir um diretório estadual não significa em mudanças na correlação entre gastos e votação, indicando que pouco importa em termos de voto possuir ou não um diretório estadual.

O fato de não importar a existência de diretório estadual constituído para o partido em termos de voto, indica que o diretório estadual pode não significar maior presença e articulação no nível local. Tal fato pode ser explicado, possivelmente, pelos estados serem unidades grandes demais, onde o diretório estadual ainda se encontra distante das comunidades e da sociedade civil.

O número de cadeiras em disputa para deputado federal por estado também contribui para esta conclusão. Como existem de 8 a 70 vagas na Câmara dos Deputados em questão e um grande número de concorrentes, possivelmente, os candidatos direcionem suas campanhas para regiões específicas, ao invés de se promoverem no estado inteiro. Isto diminui a importância relativa dos diretórios estaduais em organizar a eleição localmente.

Este trabalho procurou avançar na literatura sobre eficiência de gastos de campanha ao analisar dados agregados de votação e gasto por partidos e por estado nas eleições de 2010. É interessante, para trabalhos futuros, procurar entender se estes mesmos resultados são encontrados quando são analisadas as eleições no nível do candidato e com dados desagregados de diretórios por municípios.

6. Referências Bibliográficas

ALDRICH, J. H. **Why parties? The origin and transformation of party politics in America**. [s.l.] Cambridge Univ Press, 1995. v. 15

BENOIT, K.; MARSH, M. The campaign value of incumbency: A new solution to the puzzle of less effective incumbent spending. **American Journal of Political Science**, v. 52, n. 4, p. 874–890, 2008.

BENOIT, K.; MARSH, M. Incumbent and challenger campaign spending effects in proportional electoral systems the Irish elections of 2002. **Political Research Quarterly**, v. 63, n. 1, p. 159–173, 2010.

BOIX, C. The emergence of parties and party systems. **The Oxford handbook of comparative politics**, p. 499–521, 2007.

BOLOGNESI, B.; CERVI, E. U. Distribuição de recursos e sucesso eleitoral nas eleições 2006. Paper apresentado no 35º Encontro Anual da ANPOCS. Caxambu, 2011.

BRAGA, M. DO S. S. Organizações partidárias e seleção de candidatos no estado de São Paulo. **Opinião Pública**, v. 14, n. 2, p. 454–485, 2008.

BROWN, A. R. Does money buy votes? the case of self-financed gubernatorial gubernatorial candidates, 1998–2008. **Political Behavior**, v. 35, n. 1, p. 21–41, 2013.

CAREY, J. M.; SHUGART, M. S. Incentives to cultivate a personal vote: A rank ordering of electoral formulas. **Electoral studies**, v. 14, n. 4, p. 417–439, 1995.

COX, G. W.; THIES, M. F. How Much Does Money Matter? “Buying” Votes in Japan, 1967-1990. **Comparative Political Studies**, v. 33, n. 1, p. 37–57, 2000.

FINK, A. The effects of party campaign spending under proportional representation: Evidence from Germany. **European Journal of Political Economy**, v. 28, n. 4, p. 574–592, 2012.

FUIGUEIREDO FILHO, D. B. et al. Onde o dinheiro tem mais vez: Gastos e Votos nas Eleições Municipais 2012. **Issues**, v. 15, n. 1, 2014.

GUARNIERI, F. H. E. Organização partidária e coordenação pré-eleitoral nas eleições majoritárias brasileiras (1996-2008). Paper apresentado no 7º encontro da ABC. Recife, 2010.

GUARNIERI, F. H. E. **A força dos “partidos fracos”-um estudo sobre a organização dos partidos brasileiros e seu impacto na coordenação eleitoral**. [s.l.] Universidade de São Paulo, 2009.

JACOBSON, G. C. The effects of campaign spending in congressional elections. **American Political Science Review**, v. 72, n. 02, p. 469–491, 1978.

JACOBSON, G. C. The effects of campaign spending in House elections: New evidence for old arguments. **American Journal of Political Science**, p. 334–362, 1990.

JOHNSON, J. W. Campaign Spending in Proportional Electoral Systems Incumbents Versus Challengers Revisited. **Comparative Political Studies**, p. 0010414012463889, 2012.

LEMOES, L. B.; MARCELINO, D.; PEDERIVA, J. H. Porque dinheiro importa: a dinâmica das contribuições eleitorais para o Congresso Nacional em 2002 e 2006. **Opinião Pública**, v. 16, n. 2, p. 366–393, 2010.

MANCUSO, W. P. Investimento eleitoral no Brasil: balanço da literatura e agenda de pesquisa. **Paper apresentado no 8o encontro da Associação Brasileira de Ciência Política-ABCP**, 2012.

NICOLAU, J. **Sistemas eleitorais**. [s.l.] FGV Editora, 2004.

ROBERTS, K. M. Party-society linkages and democratic representation in Latin America. **Canadian Journal of Latin American and Caribbean Studies**, v. 27, n. 53, p. 9–34, 2002.

SAMUELS, D. Incumbents and challengers on a level playing field: assessing the impact of campaign finance in Brazil. **The journal of Politics**, v. 63, n. 02, p. 569–584, 2001.

SHIN, M. et al. Money matters in party-centered politics: campaign spending in Korean congressional elections. **Electoral Studies**, v. 24, n. 1, p. 85–101, 2005.

7. Apêndice

Tabela 3 – Órgãos partidários por estado – Fonte: TSE

UF	Comissão Interventora	Comissão Provisória	Diretório	Sem descrição de órgão partidário	Total
AC		15	7		22
AL		11	14		25
AM	2	8	16		26
AP		12	10	2	24
BA		11	14		25
CE		13	12	1	26
DF		11	15	1	27
ES		8	14	1	23
GO		12	13		25
MA		9	13	2	24
MG		13	14		27
MS		13	11		24
MT		10	11		21
PA		12	12		24
PB		12	12	2	26
PE		13	13		26
PI		13	11	1	25
PR		16	10		26
RJ		4	14	8	26
RN		9	12	4	25
RO		16	8		24
RR		18	5		23
RS		13	12		25
SC		15	10		25
SE	1	8	14	2	25
SP		11	16		27
TO		13	8		21
Total	3	319	321	24	667

Tabela 4 – Órgãos partidários por partido – Fonte: TSE

Partido	Comissão Interventora	Comissão Provisória	Diretório	Sem descrição de órgão partidário	Total
DEM	1	10	16		27
PC do B		2	25		27
PCB		13	2	1	16
PCO		2	1	1	4
PDT		16	11		27
PHS		10	17		27
PMDB			27		27
PMN	1	12	14		27
PP		5	19	3	27
PPS		3	23	1	27
PR		25	1	1	27
PRB	1	26			27
PRP		15	8	4	27
PRTB		20		4	24
PSB		9	17	1	27
PSC		23	3	1	27
PSDB			27		27
PSDC		16	5	1	22
PSL		14	9	1	24
PSOL		1	24		25
PSTU		12	6	1	19
PT			27		27
PT do B		11	12		23
PTB		8	19		27
PTC		16	6	4	26
PTN		23	2		25
PV		27			27
Total	3	319	321	24	667