



TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL
DO TOCANTINS

REVISTA JURÍDICA

Palmas	ano. 9	n.2/2015	p. 1-60	jul/dez. 2015
Palmas	ano. 10	n.1/2016	p. 61-104	jan/jun. 2016

FINANCIAMENTO DE CAMPANHAS ELEITORAIS: A LEGISLAÇÃO A SERVIÇO DA DESIGUALDADE.

Devarte Rocha Jr.

RESUMO

O presente trabalho visa efetuar uma análise das normas que regem o financiamento de campanhas eleitorais. À luz dessas normas busca verificar seus efeitos práticos e avaliar se as mesmas se mostram capazes de conferir tratamento isonômico aos eleitores que efetuam doações financeiras aos partidos e candidatos. Em um segundo momento, verificar se as aludidas normas promovem real paridade de instrumentos de campanha entre os concorrentes a cargos eletivos, propiciando uma disputa justa e equânime entre os mesmos. Para tanto, leva em consideração as diretrizes acadêmicas e as lições doutrinárias acerca do tema, haja vista sua iminência. Considera principalmente as lições extraídas no trâmite da Ação Direta de Inconstitucionalidade nº 46-50, cuja abrangência trata do assunto em questão, dentre outros. Finaliza por concluir, forçosamente, que o regramento atual acerca do tema não se mostra capaz de equiparar cidadãos doadores nem tampouco candidatos em suas diferentes atividades. Por último e tão importante quanto, conclui exatamente o oposto, asseverando pela promoção da desigualdade entre os sujeitos da relação, em ambos os casos analisados.

Palavras-chave: *Campanhas. Eleitorais. Financiamento. Igualdade. Legislação.*

1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS

O presente estudo tem por escopo inicial promover uma análise das normas que incidem nas relações econômicas existentes no universo das campanhas eleitorais.

Considerando a abrangência do tema, passível de estudo sob vários aspectos, foca de forma específica no regramento que cuida dos diversos meios de arrecadação pecuniária, dos quais se valem partidos e candidatos, com o fito de custear as campanhas em questão.

No contexto em que estão inseridas as referidas normas, busca ainda elucidar a questão referente ao modelo de financiamento de campanhas, considerando a natureza do mesmo, se pública ou privada, sem, contudo, propor posicionamento sobre qual seja a mais adequada.

A análise empreendida visa averiguar se os dispositivos que regem a arrecadação econômica para fins de campanha vêm promovendo a igualdade

entre os participantes, considerando como primeiro sujeito os cidadãos doadores.

Ultrapassada a celeuma acima, avalia a relação econômica dos segundos sujeitos envolvidos, analisando se as normas aplicadas ao tema são capazes de tornar justa a disputa eleitoral entre candidatos, trazendo para o plano da campanha eleitoral a determinação contida no Art. 5, caput, da CFRB/88.

Para tanto, se vale das informações encontradas no campo doutrinário, bem como as diversas incidências do mundo acadêmico sobre o tema. Todavia, como elemento maior de coleta de lições e espeque da argumentação apresentada, figuram os estudos proferidos pelos Ministros do Supremo Tribunal Federal na análise da ADI nº. 46-50, que trata as questões acima expostas de forma exauriente.

2 FINANCIAMENTO DE GASTOS PARTIDÁRIOS E CAMPANHAS ELEITORAIS: CONTEXTO SOCIAL E NORMAS VIGENTES.

Na sociedade atual, não temos a possibilidade de uma democracia pura, com participação direta de seus integrantes: o povo que a compõe. Por tal razão, vivemos em uma democracia representativa, na qual parlamentares escolhidos pelo povo mediante o exercício do voto governam o nosso país.

Esses mesmos parlamentares, para que se lancem candidatos, são obrigados a atender certos requisitos, dentre os quais o da filiação partidária. Por exigência do Art. 14, § 3º, V, Constituição da República Federativa do Brasil - CFRB/88, não há possibilidade de se lançar a conhecida “candidatura avulsa”, ou seja, é vedado registrar-se candidato a qualquer cargo eletivo sem antes registrar-se como filiado em um partido político.

Como se denota, a existência dos partidos políticos se mostra crucial para manutenção do equilíbrio da representatividade no regime democrático, posto ser esse o instrumento encontrado pela sociedade para aglomerar e canalizar as correntes de opiniões.

Tanto assim, que logo no dispositivo de abertura da CFRB/88, podemos observar a importância conferida a tais agremiações representativas. Em tese instrumentos convergentes de ideários, são erigidos à condição de fundamento do Estado Democrático de Direito (Art. 1º, V, CFRB/88).

Vale dizer, da forma como posto, sem partidos políticos não há o estado democrático do Brasil. No dizer do Professor José Jairo Gomes:

Tais entidades constituem canais legítimos de atuação política e social; captam e assimilam rapidamente a opinião pública; catalisam, organizam e transformam em bandeiras de luta as díspares aspirações surgidas no meio social sem que isso implique em ruptura no funcionamento do governo legitimamente constituído. (GOMES, 2013, p.89)

No entanto, a mera existência dos partidos, por si, não justifica sua tão importante condição. E já que existem, com tão importante finalidade e num sistema capitalista e consumista onde todo e qualquer produto tem um preço, os partidos políticos precisam se sustentar economicamente.

No intuito de viabilizar esse sustento, a legislação pátria traz algumas previsões de arrecadação e/ou repasses de recursos aos partidos políticos.

O Art. 17 da Constituição Federal de 1988 inicia essa tarefa conferindo aos partidos a liberdade de criação, fusão ou incorporação, preceituando ainda o direito que os mesmos têm de acesso aos recursos do fundo partidário.

Normatizando tal previsão de acesso, a Lei 9.096/95 regulamenta as atividades contábeis dos partidos, tece vedações ao recebimento de valores e ainda define quais as fontes de receita do fundo partidário (art. 30 e seguintes).

Ademais, há que ser lembrado o direito garantido aos mesmos de acesso gratuito à propaganda no rádio e televisão, na forma da lei (art. 17, § 3º CFRB/88), o que não pode deixar de ser visto como uma forma de receita.

Das previsões normativas supra, decorre o caráter público das receitas partidárias. Tais receitas são compostas pelos valores oriundos das diversas multas aplicadas pela justiça eleitoral, além dos recursos financeiros previstos em lei e dotações orçamentárias da União.

Em contrapartida, deve se atentar ao caráter privado das economias partidárias, considerando que as agremiações políticas também recebem valores de doações de pessoas físicas e jurídicas, observadas, é claro, as vedações expostas anteriormente.

Denota-se então, que as finanças partidárias possuem um caráter híbrido: público, ao se valer dos recursos da União e das multas eleitorais (além dos horários gratuitos de televisão e rádio); e privado, ao receber doações de pessoas físicas e jurídicas.

Assim, levando adiante o raciocínio, conclui-se que atualmente, o financiamento das atividades partidárias segue um sistema que se caracteriza como misto.

Não pode ser definido como exclusivamente privado, como erroneamente acredita a maioria da população. Todavia, também não se mostra plausível caracterizá-lo unicamente de público, como parte dos estudiosos do assunto gostaria de ver.

A legislação pátria não determina aos partidos políticos as atividades às quais se destinam suas economias. Pudera, haja vista que os mesmos adquirem

suas personalidades jurídicas na esfera da Lei Civil. São, portanto, entidades de direito privado (Art. 17, § 2º CFRB/88) e estão legitimadas aos atos civis da sociedade.

As agremiações têm o dever de manter sua escrituração contábil, para fins de conhecimento de suas receitas e destinação de suas despesas e apresentar seus balancetes anuais à Justiça Eleitoral, nos moldes do disposto nos Artigos 30 a 32 da Lei 9.096/95.

Contudo, as atividades lícitas permitidas na sociedade civil também são permitidas aos partidos políticos.

Por óbvio que, além de manter suas estruturas administrativas internas, o escopo maior desses recursos é a promoção de campanhas eleitorais de seus candidatos, posto serem eles os representantes dos partidos.

Acerca do tema, devem ser lembrados também os regramentos trazidos pela Lei das Eleições (9.504/97, art. 17), que inicia afirmando que as despesas de campanha são de responsabilidade dos partidos e dos candidatos.

Em continuidade (art. 17-A, acrescido pela Lei 11.300/2006), confere ao Congresso Nacional a responsabilidade de fixar, até 10 de junho do ano das eleições, o limite dos gastos de campanha para os cargos em disputa.

Nesse ponto específico, há que se registrar a omissão perene do Legislativo, que não exerce tal múnus, posto que não houve essa lei em nenhum ano eleitoral desde 2006 (ano de edição da Lei 11.300).

Não havendo determinação legal, os partidos políticos ficam bem à vontade para fixarem, eles próprios, aquilo que será gasto em cada campanha eleitoral, por eles próprios.

Tal fixação de valores é feita quando da apresentação do Requerimento de Registro de Candidaturas (RRC), dividido por cada cargo em disputa.

O valor declarado no referido documento será levado em consideração posteriormente, quando a Justiça Eleitoral estiver analisando as despesas realizadas pelos partidos e coligações, via Comitês Financeiros, bem como pelos candidatos, eleitos ou não.

Busca-se, com isso, constituir elementos para a análise acima e, quando for o caso, aplicar uma a sanção prevista no parágrafo segundo do aludido dispositivo da Lei das Eleições.

É mais uma tentativa do Judiciário de suprir mais uma das lacunas herdadas da inatividade do Legislativo, posto que as determinações contidas no

art. 17-A da Lei 9.504/97 não foram cumpridas até o momento, em nenhum ano eleitoral.

Fixados os valores a serem gastos em campanhas eleitorais, cabe então determinar a fonte de tais riquezas.

Novamente a Lei 9.504/97 cuida dessa parte, determinando que cada cidadão poderá fazer doações em dinheiro ou estimáveis em dinheiro, limitadas estas a dez por cento dos rendimentos brutos auferidos no ano anterior à eleição (Art. 23, § 1º, I).

Caso a doação advenha do próprio candidato, deverá ainda observar os limites fixados pelo partido ao qual pertence, como exposto anteriormente.

A doação em excesso sujeita o infrator ao pagamento de multa no valor de cinco a dez vezes a quantia que ultrapassou os limites fixados pela norma, (Art. 23, § 3º).

Da leitura, percebe-se todo um regramento específico, o qual dita regras que devem ser cumpridas pelos cidadãos-eleitores interessados em fazer suas doações a partidos políticos e/ou candidatos. Há ainda outros ditames, que versam sobre as formas de doação e meios de captação de valores, formalidades que não contribuem para análise que se pretende.

Da mesma forma, a doação de valores destinados ao financiamento de campanhas eleitorais por pessoas jurídicas também possui dispositivo limitador. Referido dispositivo fixa em dois por cento do faturamento bruto do ano anterior à eleição o teto da doação da empresa democraticamente interessada (Art. 81, § 1º).

O excesso de interesse, traduzido na doação acima do valor fixado, também sujeita a pessoa jurídica a sanções de multa no valor de cinco a dez vezes a quantia excedente, além de trazer proibições de contratação com o poder público (art. 81, §§ 2º e 3º).

Por outro lado, em se tratando de pessoas jurídicas, o legislador houve por bem tecer outros regramentos, proibitivos, elencando de que modalidades de pessoa jurídica os partidos/candidatos não podem receber valores¹.

¹ Lei 9.504/97:

Art. 24. É vedado, a partido e candidato, receber direta ou indiretamente doação em dinheiro ou estimável em dinheiro, inclusive por meio de publicidade de qualquer espécie, procedente de:

I - entidade ou governo estrangeiro;

II - órgão da administração pública direta e indireta ou fundação mantida com recursos provenientes 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 legal;

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; (incluído pela Lei nº. 11.300/2006)

IX - entidades esportivas; (redação dada pela lei 12.034/2009)

X - organizações não-governamentais que recebam recursos públicos; (incluído pela Lei nº. 11.300/2006)

Denote-se que tais proibições se aplicam às pessoas jurídicas que recebem, direta ou indiretamente, recursos do erário público. A ideia é separar, explicitamente, os valores que advêm do Estado e podem ser gastos em campanhas eleitorais, quais sejam: os provenientes do Fundo Partidário.

No mais, havendo verba pública de alguma natureza, não poderá haver vínculos com campanhas eleitorais. Percebe-se um regramento diferenciado, proibitivo, diferente do regramento imposto ao cidadão comum. Vale dizer, não há vedação a “quem” pode doar quando se trata de pessoa física. No caso das pessoas jurídicas, a vedação é patente e explícita na norma.

No caso das pessoas físicas, a vedação se dá por outra via, incidente no quantum se permite doar. Contrariando o bom senso, não há a determinação de um limite fixo, por cidadão, vinculado ao CPF ou inscrição eleitoral; mas, tortuosamente, um limite flutuante, baseado na renda aferida por cada cidadão em anos não eleitorais, como exposto.

Em resumo, temos um cenário normativo que prevê repasses de verba pública da União aos partidos políticos, de forma direta e indireta. No entanto, não há regramento específico de utilização após o recebimento, em decorrência da autonomia administrativa partidária.

Não houve manifestação do Legislativo em anos eleitorais, conforme determina o art. 17-A da Lei 9.504/97. Assim, não há norma que fixe um parâmetro, ainda que vinculado a algum indexador econômico, determinando aos partidos políticos um quantum a ser aplicado em cada campanha eleitoral.

Logo, cada partido se sente à vontade para determinar o seu próprio teto de gastos, mesmo que se sujeitando ao pagamento de multa, no valor de cinco a dez vezes o montante excedido, caso gaste valor maior do que o declarado.

Visando evitar eventuais dissabores, os valores declarados são bem generosos, vale dizer, os partidos políticos fixam parâmetros de gastos altos, com o objetivo de evitar que seus candidatos gastem valores maiores que o declarado e sejam apenados com a aplicação de multa acima mencionada e ainda visando conceder ampla liberdade de dispêndio aos referidos candidatos.

Pessoas jurídicas também podem doar, observado também o limite econômico, aqui de 2% (dois por cento) de seus rendimentos, aferido no ano anterior ao da eleição.

XI - organizações da sociedade civil de interesse público. (incluído pela Lei nº. 11.300/2006)

Continuação da Nota 1 – Lei 9.504/97, art. 24:

Parágrafo único. Não se incluem nas vedações de que trata este artigo as cooperativas cujos cooperados não sejam concessionários ou permissionários de serviços públicos, desde que não estejam sendo beneficiadas com recursos públicos, observado o disposto no art. 81. (redação dada pela lei 12.034/2009).

Pessoas físicas interessadas podem efetuar doações a partidos e/ou candidatos, novamente observado o limite econômico de 10% (dez por cento) de seus rendimentos brutos, aferidos no ano anterior ao da eleição.

O conjunto normativo acima gera consideráveis incongruências quando analisamos, ainda que hipoteticamente, a origem e a aplicação dos valores que transitam em uma campanha eleitoral. As referidas incongruências serão objeto das ponderações adiante expostas.

2.1 DOAÇÕES DE PESSOAS FÍSICAS. LIMITES IMPOSTOS PELA NORMA. REFLEXOS E RESULTADOS PRÁTICOS DESSAS IMPOSIÇÕES. A DESIGUALDADE NO TRATAMENTO CONFERIDO AOS DOADORES.

No que tange às doações de pessoas físicas destinadas ao financiamento de campanhas eleitorais, há que se destacar uma flagrante desigualdade, positivada pelo ordenamento jurídico que rege o tema.

Como já exposto, nos termos do artigo Art. 23, § 1º, I da Lei 9.504/97, os cidadãos simpatizantes deste ou daquele candidato podem efetuar doações em dinheiro ou estimáveis em dinheiro, limitadas a 10% (dez por cento) do valor dos rendimentos brutos auferidos no ano anterior à eleição.

É sabido que os valores recebidos a título de doação pelos partidos e candidatos são destinados a atividades diversas, tais como manutenção do Comitê (aluguel, energia, água, telefone), alimentação de seus prepostos, abastecimentos dos veículos utilizados, entre outros.

Todavia, função maior desses valores é custear propagandas diversas, tais quais: carros de som, faixas, spots e jingles de rádios, comerciais de televisão, serviços gráficos etc.

Por óbvio que tais atividades publicitárias não possuem outros objetivos que não os de dirimir rejeições e aliciar eleitores indecisos. Ou ainda, em um objetivo mais audacioso, aliciar até mesmo os simpatizantes de outros candidatos, rivais.

No dizer do mestre Fávila Ribeiro, a propaganda é um conjunto de técnicas empregadas para suggestionar pessoas na tomada de decisões. (RIBEIRO, 1988, apud CONEGLIAN, 2006, p. 18).

De forma mais incisiva, o professor Pinto Ferreira, afirma ser uma técnica de apresentação de argumentos e opiniões ao público, de tal modo organizada e estruturada para induzir conclusões ou pontos de vista favoráveis aos seus anunciantes (PINTO, 1990, apud CONEGLIAN, 2006, p. 18 – Grifo nosso).

Ou seja, na opinião dos doutrinadores acima, ter maior capacidade de exercer marketing significa ter maior capacidade de “suggestionar opiniões” ou

“induzir conclusões” buscando “pontos de vista favoráveis”.

No caso do tema sob análise, opiniões, conclusões ou pontos de vistas são resumidos em um outro termo: voto.

Aqui reside a desigualdade antes mencionada, com relação ao cidadão pessoa física que efetua doações ao seu candidato predileto.

Como vimos anteriormente, as doações acima devem respeitar o limite imposto pela Lei 9.504/97, Art. 23, § 1º, I: 10% (dez por cento) dos rendimentos brutos auferidos no ano anterior às eleições.

Suponhamos então um cidadão José que tenha recebido rendimentos brutos no ano de 2013 na casa dos R\$ 100.000,00 (cem mil reais). Nesse patamar, nos termos do dispositivo acima, está legitimado a doar a partidos e candidatos, para fins de campanhas eleitorais o montante de R\$ 10.000,00 (dez mil reais).

Suponhamos, por outro lado, que um milionário, figurante de uma posição privilegiada na conhecida lista da revista Forbes, viesse residir no Brasil e se interessasse pela política local, a ponto de efetuar doações a um determinado partido ou candidato.

Qual seria o montante dessa doação?

Tomemos por exemplo Mark Zuckerberg, que segundo a última edição da lista Forbes, acrescentou a sua fortuna em 2013, U\$ 9,6 bilhões (nove bilhões e seiscentos milhões de dólares), totalizando uma fortuna estimada em U\$ 19bi (dezenove bilhões de dólares). (Disponível em: <http://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2013/09/16/bill-gates-volta-a-ser-o-mais-rico-do-mundo-com-fortuna-de-us-72-bi.htm>. Acesso em: 20 maio 2014).

Logo, caso o jovem criador do facebook viesse residir no Brasil e se interessasse pela política local, segundo as regras expostas anteriormente, poderia doar, ficticiamente, um montante de U\$ 960.000.000,00 (novecentos e sessenta milhões de dólares).

Perceba-se a acentuada diferença prática das duas doações hipotéticas, decorrente da forma de tratamento que a lei lhes confere. A norma sequer se dá ao trabalho de verificar a origem do valor em questão, nem tampouco confere a “José” a possibilidade de apresentar alguma justificativa ao fato.

Simplesmente o proíbe. Simplesmente barra o exercício indireto de sua cidadania. Simplesmente veda sua participação econômica lícita na campanha eleitoral do candidato por ele escolhido. E para exercer esta proibição usa como parâmetro a sua condição econômica.

A legislação não leva em conta nenhum outro parâmetro, como por exemplo, o patrimonial. É perfeitamente lícito a um cidadão qualquer se desfazer

de um imóvel que possua. Todavia, já não é tão lícita a doação do valor aferido em favor de algum candidato de sua empatia.

Como já exposto, a doação esta limitada aos parâmetros que se vinculam tão somente à renda aferida no exercício anterior ao das eleições. Logo, caso exista essa intenção, o doador deverá vender o imóvel ainda no ano em que sequer haverá a certeza da candidatura que se pretende apoiar.

E apesar de serem os mesmos 10% (dez por cento), não se pode negar a estratosférica diferença de valores que serão depositados nas contas bancárias dos candidatos escolhidos pelos doadores.

Denote-se a liberdade de atuação conferida ao doador de grande potencial econômico. Em contrapartida, ao cidadão “José”, de classe mediana, tido com comum em nossa sociedade, a Lei confere um enquadramento que veda sua participação econômica em montante que ultrapasse exatos R\$ 10.000,00 (dez mil reais).

Caso o cidadão fictício insista na conduta e proceda uma doação a maior, no valor de R\$ 20.000,00 (vinte mil reais), poderá ser punido com a aplicação de multa que poderá ser fixada em juízo, variando entre cinco a dez vezes o valor da quantia excedente.

Ou seja, a boa intenção de “José” em fortalecer economicamente o candidato que lhe apraz poderá lhe trazer um prejuízo de R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais) a R\$ 100.000,00 (cem mil reais).

Forçoso concluir que da forma como se regra a participação econômica dos cidadãos no financiamento de campanhas eleitorais, está sedimentada (e positivada!) a desigualdade econômica dos interessados, considerando a larga permissividade conferida a uns e a incisiva proibição imposta a outros.

Na interpretação do colega Erismar Maia Pereuzza:

[...] pela legislação em vigor, pode um candidato, benquistado por grandes empresários, ter sua campanha receptora de grandes vultos de doações sem ter tais doadores ultrapassado os limites impostos pela lei; contrariamente, outro candidato, com menos influência sobre detentores de grande capital econômico, receber recursos ínfimos e ainda ter seus patrocinadores apontados como doadores que tenha procedido à margem da legalidade, haja vista, os limites da doação terem sido estabelecidos com base em percentuais do poder econômico do doador.

[...]

Conceder àquele que detém maior poder aquisitivo a faculdade doar mais é ser excessivamente permissivo à desigualdade das campanhas eleitorais, proporcionando ao que tem maior recursos econômicos a chance de eleger com menos dificuldade o seu candidato favorecido. Percebe-se com o exposto acima, que tais limites de doação viola o princípio da igualdade, elencado no

artigo 5º, caput, da Constituição Federal de 1988. (<http://www.mpce.mp.br/esmp/publicacoes/Edital-02-2013/Artigos/01-Erismar.Maia.Pureza.pdf>. Erismar Maia Pereuza - Acesso em 15 jan. 2015).

Vale lembrar que o dispositivo em questão foi elaborado visando a regulamentação de uma previsão constitucional, qual seja, viabilizar economicamente as atividades dos partidos políticos, parte integrante dos fundamentos de nosso Estado Democrático de Direito (Art. 1º, V, CFRB/88).

Não se pode olvidar também que previsões constitucionais devem harmonizar-se entre si. Em decorrência, a norma que se destina à regulamentação de uma previsão constitucional não deveria, em tese, contrariar disposições de outro dispositivo, este também sediado na Constituição Federal.

Contudo, da forma como posto, quer parecer que as normas elaboradas pelo Congresso com o intuito de regulamentar as previsões constitucionais acerca do tema têm trabalhado exatamente em sentido oposto, favorecendo a perpetuação do poder para aqueles que detêm maior capacidade econômica.

Contrapondo as definições expostas com os dispositivos que regem as doações de pessoas físicas, resta a impressão de que nossas regras de financiamento de campanhas eleitorais estão em choque com os conceitos de democracia e igualdade.

Em outras palavras, a lei – da forma como posta – trabalha em sentido contrário à participação equânime dos cidadãos que efetuam doações em pecúnia para financiar campanhas eleitorais. Assim, atribui ares de eternidade às diferenças sociais e econômicas do nosso país, posto que confere maior poder de participação às classes mais ricas.

Neste contexto, resta cada vez mais afastada a legitimidade que deveria estar refletida na legalidade do exercício de poder daqueles eleitos por este sistema.

Todo o conjunto de crenças e convicções que envolve a doação de pessoa física a uma campanha eleitoral cai por terra no momento em que a própria lei que rege a matéria permite uma distorção tão paradoxal.

A intenção, o intuito, a vontade, o valor, a esperança do doador, refletidos e resumidos em um depósito bancário, se vêem em derrocada face à doação maior, efetuada a outro candidato, nem sempre munida dos mesmos valores. É a distorção da legitimidade moral, filosófica, definida por Paulo Bonavides, como sendo a legitimidade que:

[...] repousa no plano das crenças pessoais, no terreno das convicções individuais de sabor ideológico, das valorações subjetivas, dos critérios axiológicos

variáveis segundo as pessoas, tomando os contornos de uma máxima de caráter absoluto, de princípio inabalável, fundado em noção puramente metafísica que se venha a eleger por base do poder. (BONAVIDES, 2000, p. 145)

Conclui-se que está distorcido o princípio da igualdade (Art. 5º, CFRB/88). E mais, o referido princípio está desfigurado pelas permissividades positivadas por uma Lei Ordinária, editada pelo Congresso Nacional e até o presente momento, vigente.

No mesmo sentido, extremamente corrompido o princípio da igualdade política, o qual, segundo os professores Doutor Daniel Sarmiento e Aline Osório:

[...] além de estar previsto de forma genérica no caput do art. 5º da Carta de 1988, encontra-se consagrado em seu art. 14, que prevê que o voto deve ter “valor igual para todos”. A igualdade política, expressa na fórmula “one person, one vote” mais do que atribuir um voto a cada cidadão, significa que cada um deve ter igual capacidade de influir no processo eleitoral, independentemente de sua classe, cor, nível de instrução ou qualquer outro fator. Com isso, se quis impedir que às preferências de alguns cidadãos fosse atribuída maior importância do que aos interesses dos demais. (Uma mistura tóxica: política, dinheiro e o financiamento das eleições. Daniel Sarmiento e Aline Osório. Disponível em: www.migalhas.com.br. Acesso em 19 maio 2014 - Grifo nosso)

Ciente do contexto jurídico desfavorável à defesa da democracia, considerando o excessivo montante econômico que vem sendo derramado nas campanhas eleitorais, o Conselho Federal da Ordem dos Advogados propôs Ação Direta de Inconstitucionalidade junto ao Supremo Tribunal Federal (ADI 46.50), afirmando em sua exordial, entre outras colocações, que:

Nas sociedades de massa, o sucesso nas eleições depende, em boa parte, da realização das campanhas que tendem a envolver um custo econômico elevado. As chances de êxito dos candidatos nos pleitos eleitorais estão geralmente condicionadas à divulgação do seu nome e imagem entre o eleitorado, o que envolve gastos expressivos com a produção de material de propaganda, aquisição de espaço na mídia, contratação de cabos eleitorais, realização de eventos públicos e aluguel de imóveis e veículos, dentre inúmeras despesas. Esta dinâmica do processo eleitoral torna a política extremamente dependente do poder econômico, o que se afigura nefasto para o funcionamento da democracia.

[...]

Com efeito, a excessiva infiltração do poder econômico nas eleições gera graves distorções. Em primeiro lugar, ela engendra desigualdade política, na medida em que aumenta exponencialmente a influência dos mais ricos sobre o resultado dos pleitos eleitorais, e, consequentemente, sobre a atuação do próprio Estado. (Disponível em: http://www.sbdp.org.br/arquivos/material/1406_ADI_4650_-_Peticao_Inicial.pdf Acesso em: 07 dez. 2014 - Grifo nosso).

Mais adiante, ao abordar a questão da normatização acerca das doações de pessoas naturais, asseverou que:

[...] tais doações podem ser concebidas como uma forma de participação cívica do cidadão, que se empenha em promover na esfera pública os seus ideais e preferências políticas. Eleições nas quais as campanhas sejam financiadas por uma grande quantidade de pequenas doações de eleitores podem ser vistas como um momento virtuoso de mobilização cívica. (Disponível em: http://www.sbdp.org.br/arquivos/material/1406_ADI_4650_-_Peticao_Inicial.pdf. Acesso em: 07 dez. 2014)

Em continuidade, assevera ser imprescindível limitar as doações de pessoas físicas, evitando a perpetuação política das desigualdades econômicas existentes em nossa sociedade. Pondera, contudo, que os limites atualmente impostos pela norma não são suficientes para atingir o escopo em questão, tendo em vista que:

O principal limite instituído, baseado em percentual dos rendimentos obtidos no ano anterior, é, ao mesmo tempo, muito leniente em relação aos ricos, e injustificadamente rigoroso em relação às pessoas menos abastadas. (Disponível em: http://www.sbdp.org.br/arquivos/material/1406_ADI_4650_-_Peticao_Inicial.pdf. Acesso em: 07 dez. 2014).

Prossegue seu raciocínio tecendo críticas à norma que determina os parâmetros de participação dos cidadãos em campanhas eleitorais:

Sob o ângulo dos interesses constitucionais em jogo, não há qualquer problema quando uma pessoa de rendimentos modestos faz doação que supere o patamar de 10% dos seus rendimentos brutos percebidos no ano anterior. Porém, o mesmo critério de 10% da renda, quando aplicado a um doador bilionário, se afigura excessivamente permissivo, por possibilitar que o poder econômico exerça uma influência desproporcional na eleição. O critério em discussão autoriza doações a campanha de milhões de reais, que podem, verdadeiramente, decidir pleitos eleitorais. Por outro lado, perpetua a desigualdade, ao conferir um poder político incomparavelmente maior aos ricos do que aos pobres. (Disponível em: http://www.sbdp.org.br/arquivos/material/1406_ADI_4650_-_Peticao_Inicial.pdf. Acesso em: 07 dez. 2014).

E, corroborando o já exposto anteriormente, afirma que da forma como positivada a participação econômica dos cidadãos nas campanhas eleitorais, há flagrante distorção do princípio da igualdade (Art. 5º, caput, CFRB/88):

O atual regime legal referente ao financiamento das campanhas ofende o princípio da igualdade por várias razões. Em primeiro lugar, ele o viola por exacerbar, ou invés de corrigir, as desigualdades políticas e sociais existentes, ao permitir que os ricos, por si ou pelas empresas que controlam, tenham uma possibilidade muito maior de influírem nos resultados eleitorais e, por

consequência, nas deliberações coletivas e políticas públicas.

[...]

As normas de financiamento de campanhas hoje em vigor abrem o sistema político brasileiro à captura pelo poder econômico. Na esfera econômica, admite-se a desigualdade de riqueza e, conseqüentemente, de poder, desde que respeitadas as normas constitucionais e legais. Na esfera política, ao contrário, a desigualdade é rejeitada: nisso repousa o elemento mais elementar da democracia. Em um sistema democrático, vigora o princípio da igualdade política: todos devem ter iguais possibilidades de participar do processo político e de influenciar na formação da vontade coletiva. Quando a Desigualdade econômica produz desigualdade política, estamos diante de um sistema patológico, incompatível com os princípios que integram o núcleo básico da democracia constitucional. (Disponível em: http://www.sbdp.org.br/arquivos/material/1406_ADI_4650_-_Peticao_Inicial.pdf. Acesso em: 07 dez. 2014).

No trâmite da ADI 4650, de cuja peça exordial se extraíram os trechos acima foram realizadas audiências públicas para discussão do tema, as quais se viram enriquecidas com as participações diversas deferidas pelo Min. Luiz Fux, relator do feito.

A aludida ação mostra com clareza de detalhes que as normas em vigor não proporcionam igualdade no tratamento dos eleitores que visam participar da vida política, mediante doações à campanhas eleitorais.

Trata com maestria o tema, cotejando a situação em que se encontram eleitores mais abastados, com larga margem de atuação; e os menos privilegiados, que têm seu intuito tolhido pela norma em questão.

Em louvável iniciativa, demonstra que, da forma como regrado, nossas desigualdades econômicas e sociais estão importadas para o âmbito da política, ferindo gravemente nosso conceito de democracia e nossos direitos fundamentais.

Ao analisar o feito e proferir seu voto, o Min. Dias Toffoli abordou a necessidade de rever os regramentos atuais acerca das doações de pessoas físicas a candidatos, asseverando que:

É inegável que os candidatos, os partidos políticos e as coligações com maior capacidade de arrecadar recursos junto aos grupos de interesse com maior poder econômico têm aumentadas as probabilidades de se sagrarem vitoriosos nas eleições.

(...)

No meu sentir, o ponto de partida, dessa análise, em verdade, deve ser a fixação de um teto para os gastos com as campanhas eleitorais de cada qual dos cargos em disputa, de forma a garantir-se maior igualdade, lisura e equidade no processo eleitoral.

Há de se reconhecer, também, que o estabelecimento de um limite de doação baseado na renda do doador e a ausência de teto para a utilização de recursos financeiros dos próprios candidatos perpetuam a decisiva influência do poder econômico sobre o pleito eleitoral, já que não impedem que a desigualdade de recursos entre os concorrentes seja fator preponderante para o sucesso na disputa.

É evidente que, sem a definição de limites uniformes e independentes da condição financeira dos doadores ou dos candidatos, as desigualdades econômicas e a concentração de renda que imperam na nossa sociedade não de refletir no financiamento das campanhas e, conseqüentemente, no resultado da eleições. (BRASIL. Supremo Tribunal Federal. Ação Direta de Inconstitucionalidade nº. 46-50. Voto Min. Dias Toffoli. Disponível em: www.stf.jus.br. Acesso em: 09 dez. 2014)

Na mesma esteira de raciocínio, buscando uma alternativa ao quadro atual, o professor Ministro Luis Roberto Barroso foi contundente ao atacar a desigualdade promovida por nosso ordenamento, afirmando:

A ideia essencial por trás da democracia é a ideia de igualdade, é a ideia de uma pessoa, um voto, é a ideia de que todos merecem igual respeito e consideração. E, portanto, se o peso do dinheiro é capaz de desequilibrar as pessoas, eu acho que este modelo apresenta um problema. Eu não vivo a fantasia de uma sociedade sem nenhum tipo de desigualdade, inclusive desigualdades econômicas, porque elas sempre existirão; elas são inevitáveis, infelizmente, no atual estágio civilizatório. Porém, o papel do Direito e da sociedade é, respeitadas as liberdades individuais, procurar minimizar o impacto do dinheiro na criação de desigualdades na sociedade. E acho que nós temos uma fórmula que potencializa a desigualdade, em vez de neutralizá-la. (BRASIL. Supremo Tribunal Federal. Ação Direta de Inconstitucionalidade nº. 46-50. Voto Min. Luis Roberto Barroso. Disponível em: www.stf.jus.br. Acesso em: 09 dez. 2014)

Em análise à exordial apresentada, o Min. Marco Aurélio Mello também não se furtou a ataques ao sistema normativo que rege a matéria em análise, reconhecendo as distorções existentes:

Sistema político que não permita que o cidadão comum e a sociedade civil influenciem as decisões legislativas, derrotados que são pela força das elites econômicas, não pode ser considerado democrático em sentido pleno. A competição eleitoral desigual macula todo o processo político, desde a base de formação das alianças partidárias até o resultado das deliberações legislativas.

[...]

o Brasil vive profunda crise de representatividade política marcada pelo distanciamento entre as pretensões e anseios sociais e as

ações concretas dos mandatários políticos. Os representantes fazem prevalecer, além de interesses próprios, os propósitos nada republicanos daqueles que financiaram as campanhas eleitorais que os levaram aos cargos. A causa principal desse descolamento está na forma de conduzir o processo de escolha dos representantes no Brasil. O valor da igualdade política é substituído, desde o primeiro momento, pela riqueza das grandes empresas doadoras que controlam o processo eletivo. Não vivemos uma democracia autêntica, mas uma plutocracia – um sistema político no qual o poder é exercido pelo grupo mais rico, implicando a exclusão dos menos favorecidos.

[...]

Em síntese, revelada a influência do poder econômico no processo político, os articulistas apontam que a disciplina jurídica atual do financiamento eleitoral transgride princípios fundamentais da ordem constitucional, os da democracia, da igualdade, da República e da proporcionalidade – artigos 1º, cabeça e parágrafo único, 3º, incisos I e IV, e 5º, cabeça, da Carta.

(BRASIL. Supremo Tribunal Federal. Ação Direta de Inconstitucionalidade nº. 46-50. Voto Min. Marco Aurélio Mello. Disponível em: www.stf.jus.br. Acesso em: 09 dez. 2014)

Como se denota de todo o exposto, é mais do que flagrante a desigualdade que nosso regramento jurídico impõe aos cidadãos que pretendem participar da vida política de sua sociedade, na forma de doações a candidatos e/ou partidos políticos.

Apesar de positivadas, como vimos, da forma como elaboradas as normas permitem distorções de participação que trazem para o cenário das campanhas eleitorais as desigualdades econômicas de nossa sociedade atual.

Tal lacuna, perpetua no poder os grupos econômicos mais fortes, alijando os demais de eventuais possibilidades de exercício de democracia de forma mais direta e efetiva.

Não fosse o bastante, a canalizações dos recursos obliquamente arrecadados engendra ainda a desigualdade de concorrência entre os próprios candidatos, como trataremos adiante.

1.2. Os candidatos e a utilização dos recursos arrecadados: a flagrante disparidade de campanhas

Como exposto anteriormente, as normas que regem as arrecadações dos valores econômicos para campanhas eleitorais não se mostram suficientes para promover a igualdade entre os cidadãos que buscam tal atividade.

Além dessa primeira distorção, há que se levar em conta uma segunda, dela decorrente, a qual consiste na desigualdade que o mesmo ordenamento

fomenta entre os candidatos que concorrem nos pleitos eleitorais e, via de regra, dependem dessas doações para promover suas campanhas.

Retomando os casos fictícios sugeridos acima, para fins de contexto, teríamos um cidadão “José”, legitimado pelo Art. 23, § 1º, I da Lei 9.504/97 a doar R\$ 10.000,00 (dez mil reais).

Em outro prisma, retomando o exemplo fictício de Mark Zurkerberg que, segundo a Edição 2014 da Revista Forbbes, acrescentou a sua fortuna em 2013 o pequeno valor de \$ 9.600.000.000,00 (nove bilhões e seiscentos milhões de dólares), pelo mesmo dispositivo legal, poderia doar \$ 960.000.000,00 (novecentos e sessenta milhões de dólares).

Perceba-se que os valores doados pelo cidadão fictício José seriam suficientes para gastos com panfletos, camisetas, faixas, carros de som ou até, quem sabe, uma pequena produção de mídias de rádio, no máximo. Ou seja, mídias locais, de pouco impacto, com pequena abrangência.

Em contrapartida, o que dizer da possibilidade econômica alcançada pelo candidato que recebesse, em tese, a doação do bilionário Mark Zurkerberg?

Poderia efetuar divulgações diversas, de toda natureza, em qualquer quantidade, incluindo todos os meios acima, acrescidos, é claro, de produção televisiva, promoção de eventos etc. Em outras palavras, teria acesso a meios de divulgação muito mais amplos e impactantes.

Haveria entre os dois candidatos concorrentes que recebessem as doações fictícias acima uma concorrência leal e igualitária? Por sorte que não.

Indo além, em uma linha de raciocínio quase perversa, mas verdadeira.

Sabemos que a população carente não possui elevada formação acadêmica, nem tampouco social ou política. Sabemos também que, infelizmente, essa população significa a esmagadora maioria de nosso eleitorado. Sabemos ainda que essa camada social vota – e milita – de acordo com seus interesses pessoais diretos e imediatos ou de acordo com a influência direta da mídia, nem sempre benéfica.

Assim, sabendo que nosso candidato fictício recebeu de Mark Zurkerberg, hipoteticamente, \$ 960 milhões e supondo que o aplicou todo em mídia de televisão, e um programa muito convincente, extremamente bem elaborado por um profissional da área, o qual angariou milhares de votos para o candidato; é possível dizer que Mark Zurkerberg votou milhares de vezes, indiretamente? Infelizmente, sim. A resposta é sim.

Pois com o valor que o seu candidato recebeu como doação, diretamente

canalizado para propagandas diversas, vários indecisos ou até adeptos dos adversários tiveram suas opiniões cooptadas, foram suggestionados ou induzidos a votar como Mark Zuckerberg hipoteticamente votaria.

Essa situação, que se repete aos montes Brasil afora, apenas trocando-se nomes e cifras, encerra um cenário de desigualdade, duplamente identificado, como exposto.

No ponto específico em questão, gera desigualdade entre os candidatos concorrentes, posto que aquele que tem um canal maior de doações econômicas terá maiores condições de “sugestionar opiniões” ou “induzir conclusões” a seu favor. Traduza-se: voto.

Dados referentes à evolução do custo de campanhas eleitorais apontam que “sugestionar opiniões” e “induzir conclusões” tem se tornado mais dispendioso a cada pleito.

Segundo levantamentos feitos pelo site “Às Claras”, em 2004, no Tocantins, nas eleições municipais, foram efetuadas doações a Candidatos em um montante de R\$ 2.072.590,00 (dois milhões, setenta e dois mil, quinhentos e noventa reais). Em 2012, esse valor chegou a estratosféricos 14.004.050,00 (quatorze milhões, quatro mil e cinquenta reais), registrando um crescimento de aproximados 700% (setecentos por cento). (Disponível em: www.asclaras.org.br/2014. Acesso em 09 jan. 2015).

Ressalte-se, tais valores não levam em conta as doações efetuadas de forma indireta, via partidos políticos ou comitês financeiros.

Como se denota, a realização de uma campanha eleitoral está cada dia mais distante, economicamente falando, dos candidatos do povo. Para ingressar na tentativa de uma carreira política, já não se faz necessário tão somente o interesse público, o empenho social ou até o carisma político, são necessários patrocinadores com relevante poder econômico.

No contexto atual, imprescindível que se tenha também um considerável poder econômico. Ou, na sua ausência, contatos o suficiente para arrecadar o capital necessário.

Analisando este cenário, o Professor Daniel Sarmiento asseverou que:

O papel central do dinheiro nas eleições fica mais evidente ao analisarmos a relação entre as receitas obtidas e as votações alcançadas por candidatos e partidos. Diversos estudos são convergentes ao afirmar que o montante de recursos arrecadado influencia diretamente o resultado das eleições. (...) Ou seja, quanto mais elevadas as receitas obtidas por um candidato, maiores as suas chances de ser eleito. Diante deste cenário, políticos gastam parte significativa

da sua energia na arrecadação de fundos para suas campanhas. (Uma mistura tóxica: política, dinheiro e o financiamento das eleições. Daniel Sarmiento e Aline Osório. Disponível em www.migalhas.com.br. Acesso em 12 dez. 2014)

Ainda que não fosse o bastante todo o exposto, há que se lembrar outra vertente produzida pelo ordenamento jurídico que rege o financiamento de campanhas eleitorais, qual seja, a possibilidade amplamente irrestrita do próprio candidato efetuar doações a sua campanha eleitoral. Vale dizer, a permissão quase ilimitada de que o candidato efetue gastos de seu próprio bolso em sua campanha.

Como exposto anteriormente, não há no ordenamento a fixação específica de um teto de aplicação dos montantes próprios em campanhas eleitorais. Segundo o art. 17 da Lei 9.504/97, ficará a cargo da Lei “fixar até o dia 10 de junho de cada ano eleitoral o limite dos gastos de campanha para os cargos em disputa; não sendo editada lei até a data estabelecida, caberá a cada partido político fixar o limite de gastos”.

Novamente, como exposto antes, desde o ano de 2006 (ano de edição da Lei 11.300), a cada ano eleitoral, o Congresso se omite reiteradamente no mister de elaboração desta norma. Em decorrência, o único limite encontrado pelos candidatos é aquele fixado por seus próprios partidos no ato do registro de seus DRAPs e RRCs.

Por óbvio, questões estratégicas de campanha determinam que tais valores sejam altíssimos, visando evitar desgastes ou dificuldades aos candidatos em questão.

Em consequência, presenciamos a perpetuação da desigualdade entre os próprios candidatos em disputa, assistimos o aumento do abismo econômico que separa o registro de candidatura e a possibilidade de obtenção de um resultado positivo ou, sequer, a possibilidade de uma competição sadia.

Em mais um momento de precisas argumentações, o professor Daniel Sarmiento afirma:

O modelo de financiamento privado de campanhas adotado vai de encontro às diretrizes previstas na Constituição: ele atua no sentido de violar a igualdade do valor do voto e a paridade de armas entre candidatos, e, ao invés de promover a lisura na política representativa, acaba criando um ambiente institucional propício à corrupção e ao estabelecimento de relações antirrepublicanas.

Do ponto de vista dos candidatos, o resultado mais direto das regras em vigor é o desestímulo a candidaturas de indivíduos desprovidos de recursos próprios e de “contatos” com o mundo empresarial, através dos quais possam arrecadar os fundos necessários para entrar na disputa. Por essa lógica,

cidadãos comuns simplesmente não têm condições de se eleger. Além disso, como, de um lado, as doações de campanha provêm em sua quase totalidade de grandes empresas e de indivíduos muito ricos e, de outro, o volume de recursos arrecadado influi diretamente sobre as chances de eleição, os candidatos que representam os interesses do empresariado e das classes mais elevadas têm uma vantagem desproporcional na corrida eleitoral. Em segundo lugar, o formato atual do financiamento privado de campanhas produz uma série de deturpações do ponto de vista dos eleitores. Se o voto já não é mais a única “ficha” de um cidadão nas eleições a possibilidade de contribuir com dinheiro para campanhas eleitorais permite que a desigualdade econômica presente na sociedade seja reproduzida na arena política. Como resultado, as pessoas ricas ganham um maior peso na definição dos resultados das eleições e, conseqüentemente, seus interesses são sobre-representados no Parlamento e no Executivo, em detrimento dos cidadãos mais pobres. (Uma mistura tóxica: política, dinheiro e o financiamento das eleições. Daniel Sarmento e Aline Osório. Disponível em www.migalhas.com.br. Acesso em 12 dez. 2014)

Ao analisar este ponto da questão em comento, a cúpula da Ordem dos Advogados do Brasil afirmou na exordial da ADI N° 46-50 que nosso sistema de financiamento de campanhas, ao normatizar as doações de pessoas físicas da forma como o faz:

prejudica a capacidade de sucesso eleitoral dos candidatos que não possuam patrimônio expressivo para suportar a própria campanha e tenham menos acesso aos financiadores privados, detentores do poder econômico. Nesta última perspectiva, tal fenômeno gera, inclusive, o afastamento da política de pessoas que desistem de se candidatar, por não contarem com os recursos necessários para uma campanha bem sucedida, ou com os “contatos” que propiciem a obtenção destes recursos. (Disponível em http://www.sbdp.org.br/arquivos/material/1406_ADI_4650_-_Peticao_Inicial.pdf. Acesso em 21 maio 2014)

Afere-se, portanto, que o ordenamento jurídico pátrio, no que tange ao financiamento de campanhas eleitorais, munido de permissividades diversas, não se mostra suficiente para a promoção da igualdade prevista no Art. 5º, caput, da CFRB/88, seja com relação aos cidadãos doadores ou seja com relação aos candidatos postulantes a cargos eletivos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

É notório que o sistema de arrecadação e aplicação de recursos em campanhas eleitorais vigente não promove a igualdade prevista pelo legislador constituinte quando do exercício de seu poder originário.

Lado outro, pelo colhido das lições doutrinárias e ministeriais acima, forçoso concluir que o sistema trabalha em sentido oposto, gerando não só uma,

mas duas desigualdades.

Da forma como é regida a matéria, não se mostra plausível a participação econômica efetiva dos cidadãos comuns na política brasileira, posto que seu exercício se vê tolhido pelo limite monetário estabelecido pela norma, que usa como parâmetro a renda percebida pelo mesmo, sem observar outros critérios, como por exemplo, o patrimonial.

Ao utilizar como parâmetro limitador a renda aferida em ano anterior às eleições, a norma aplica rígida penitência aos cidadãos menos abastados e, em contrapartida, confere larga margem de atuação aos membros mais privilegiados economicamente.

Em continuidade, deve ser observado o prisma ativo dessa relação econômica, composto pelos pretensos candidatos a cargos eletivos, no qual se verifica que também não há a tão sonhada igualdade.

A possibilidade aplicação dos recursos próprios de forma quase desenfreada, aliada à manutenção dos bons contatos contribuintes de campanhas eleitorais, torna abismal a diferença de instrumentos de campanha disponíveis aos candidatos registrados a cada pleito eleitoral.

Destarte, não há outra opção senão a de concluir que nos moldes como aplicados atualmente, as normas que versam acerca da arrecadação de recursos eleitorais não exercem outra atividade, a não ser aquela exatamente oposta a qual se destinavam anteriormente: promover a desigualdade entre os cidadãos participantes do cenário eleitoral.

REFERÊNCIAS

BONAVIDES, Paulo. Ciência política. 10 ed., ver. Autal. 9ª tir. – São Paulo: Malheiros, 2000.

BRASIL. Constituição Federal. Brasília: Senado Federal, 1988. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 20 maio 2014.

_____. Lei Ordinária nº. 9.096/95. Brasília: Senado Federal, 1995. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9096.htm. Acesso em: 20 maio 2014.

_____. Lei Ordinária nº. 9.504/97. Brasília: Senado Federal. 1997. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9504.htm. Acesso em: 20 maio 2014.

_____. Tribunal Superior Eleitoral. Código eleitoral anotado e legislação complementar. – 11 ed. – Brasília: Tribunal Superior Eleitoral, Secretaria de Gestão da Informação, 2014.

CÂNDIDO, Joel J. Direito eleitoral brasileiro. 15ª ed. revista, atualizada e ampliada – São Paulo: EDIPRO, 2012.

CASTRO, Edson de Rezende. Teoria e prática do direito eleitoral. 6 ed., rev., atual – Belo Horizonte: Del Rey, 2012.

CERQUEIRA, Thales Tácito Pontes Luz de Pádua. Direito eleitoral brasileiro: o Ministério Público Eleitoral, as eleições em face das leis 9.504/97, 9.840/99, 10.732/03, 10.740/03 e 10.792/03, EC 35/01. 3 ed. rev., ampl. e atual. – Belo Horizonte: Del Rey, 2004.

CONEGLIAN, Olivar. Propaganda eleitoral: de acordo com o Código Eleitoral e com a Lei 9.504/97, modificada pelas Leis 9.840/99, 10.408/02 e 10.740/03. 6 ed, 3ª tir. – Curitiba: Juruá, 2006.

GOMES, José Jairo. Direito Eleitoral. 9. ed. rev. atual. e ampl. – São Paulo: Atlas, 2013.

PEREUAZA, Erismar Maria. A representação de doações de recursos à campanha eleitoral como freio a desigualdade do pleito. Disponível em: <http://www.mpce.mp.br/esmp/publicacoes/Edital-02-2013/Artigos/01-Erismar.Maia.Pureza.pdf>. Erismar Maia Pereuza - Acesso em 15 jan. 2015.

QUEIROZ, Ari Ferreira de. Direito eleitoral. 8 ed., rev. ampl. e atual. – Goiânia: IEPC, 2004.

TOCANTINS. Tribunal Regional Eleitoral. Eleições 2014: normas eleitorais e partidárias. Ed. anotada e comentada. – Palmas: TRE-TO, 2014.