

35º ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS

GT13 - Financiamento político no Brasil: o impacto do dinheiro sobre partidos, eleições, candidatos e representantes

**A conquista de um mandato
parlamentar: um estudo sobre a
dinâmica de financiamento nas
campanhas proporcionais do partido
dos trabalhadores no Nordeste**

Danielle Pereira de Araújo – UNICAMP

Outubro de 2011

Introdução

Objetivos, hipóteses e indicadores empíricos

Os escândalos de “caixa dois”¹, corrupção política e tráfico de influências que assolaram o cenário político nacional em 2005, tendo como foco de acusação o Partido dos Trabalhadores, reacenderam o debate político em torno do financiamento das campanhas eleitorais no Brasil.

As questões suscitadas após as denúncias sobre o financiamento ilegal das campanhas eleitorais petistas revelaram a necessidade de aprofundamento sobre os pontos levantados e superficialmente tocados, principalmente pela mídia: as possíveis mudanças ocorridas no Partido dos Trabalhadores sob a ótica do financiamento político de suas campanhas eleitorais, isto é, as implicações que o crescimento na arena eleitoral acarretou nas relações entre o Partido e Estado e entre o Partido e a sociedade civil.

Adotar uma postura de continuidade do projeto político dos governos anteriores e ainda assim se apresentar como um Partido das mudanças parecem ser posturas que dividem o mesmo cenário desde a chegada do PT ao governo federal, ressaltado nas próprias campanhas do partido.

As transformações na perspectiva de ação e orientação ideológica do Partido dos Trabalhadores parecem ficar evidentes no padrão de financiamento das suas campanhas eleitorais. O financiamento eleitoral petista, nos últimos pleitos parece sinalizar novas práticas político-eleitorais que por sua vez são antagônicas à princípios históricos do PT. Um dos indicadores dessas transformações é o aumento do volume de financiamento.

¹ Escândalo do Mensalão ou "Esquema de compra de votos de parlamentares" é o nome dado à maior crise política sofrida pelo [governo](#) do presidente [Luiz Inácio Lula da Silva \(PT\)](#) em [2005](#) no Brasil. O esquema funcionava assim: parlamentares que compunham a chamada "base aliada" recebiam, periodicamente, recursos do Partido dos Trabalhadores em razão do seu apoio ao Governo Federal, constituindo o que se denominou como "mensalão" (em referência à mesadas que se recebe todo mês). Por A crise do mensalão envolveu não somente o [escândalo](#) provocado pela denúncia de compra de votos (o mensalão, propriamente dito), mas á todos os demais escândalos juntos, que de alguma forma ou de outra se relacionam. Um dos elementos que ligam esses outros eventos com o mensalão, são as acusações de que em todos eles foram montados esquemas clandestinos de arrecadação financeira para as campanhas do PT ('caixa 2').

O volume de recursos financeiros utilizados pelo PT entre os pleitos de 2002 e 2010 nas disputas eleitorais, quando confrontados, parece apontar para uma crescente importância dada a estes, caracterizando um possível processo de monetização² nas campanhas petistas.

Os estudos vigorosos sobre as transformações ocorridas no PT estão, em sua maioria, aglutinados em duas dimensões: a funcional e a organizativa³. Em contraposição, as transformações ocorridas no padrão de financiamento das campanhas petistas não têm recebido a mesma atenção que as mudanças ocorridas em termos de funcionamento e organização do Partido. Essa lacuna não se justifica tendo em vista que, compreender a dinâmica do padrão de custeio das campanhas eleitorais pode fornecer elementos fundamentais na compreensão da terceira dimensão analítica sobre as mudanças ocorridas no PT: a dimensão competitiva.

As conclusões à que chegaram significativa parte dos estudos recentes sobre o PT apontam para mudanças (seja em grandes proporções ou em proporções não relevantes, do ponto de vista de transformações mais substanciais) no perfil do Partido. No entanto arena eleitoral, incluindo o financiamento de campanhas, é uma área ainda pouco abordada. É nesse sentido que o presente estudo busca levantar questões no intuito de compreender as transformações no PT sob o prisma do financiamento de suas campanhas eleitorais, tendo como hipótese que transformações ocorreram no Partido dos Trabalhadores e o custeio de suas campanhas eleitorais não fugiram dessa ‘onda’ de modificações.

A fonte fundamental da coleta dos dados no presente estudo referentes ao financiamento eleitoral dos candidatos do PT (e demais partidos) foi basicamente o site do Tribunal Superior Eleitoral. Em decorrência do massivo volume de informações disponíveis no TSE e os objetivos a que se propõe essa apresentação, optei por eleger estados para possibilitar que o estudo fosse feito sem maiores prejuízos qualitativos. A

² Chamo aqui de *monetização das campanhas eleitorais* o processo de inserção, cada vez maior de recursos financeiros, encarado como o principal instrumento de viabilidade política do partido dentro da arena eleitoral. Esse processo é caracterizado pela inserção maciça de aportes financeiros vultosos, pela mobilização de profissionais nos diversos setores de uma campanha (como propaganda, divulgação, panfletagem, produção de campanhas nos meios de comunicação) e pode vir acompanhado de um inflexão no uso dos demais recursos, como a utilização da militância do próprio partido.

³ Amaral (2003); Samuels (2004); Flynn (2005); Palermo (2005); Hunter (2007;2008); Roma (2006); Ribeiro (2008); Novaes (1993); Meneguello & Amaral (2008).

escolha foi pelos estados da Bahia e do Ceará e para tal considere as mudanças ocorridas no padrão de votação nesses estados com a eleição de Lula.

Ainda que guardem particularidades históricas, Bahia e Ceará parecem também manter similaridades com os demais estados da região Nordeste, em termos de mudanças na arena político-partidário-eleitoral. Outro fator relevante nessa delimitação metodológica foi constatar que os diretórios estaduais do PT na Bahia e no Ceará acompanharam as mudanças do PT, e aqui nos interessa especialmente as mudanças no volume de recursos para o financiamento de campanhas.

A escolha em estudar campanhas proporcionais deve-se ao fato de que os estudos sobre as mudanças no financiamento de campanhas eleitorais estão, em sua maioria, voltados para as campanhas majoritárias, mantendo obscuras as possíveis transformações do padrão de financiamento nas campanhas eleitorais proporcionais.

Diante da definição do tema e da metodologia empregadas nesse estudo, cabe agora fazer uma pequena introdução, contextualizando o Partido dos Trabalhadores na arena eleitoral: as singularidades do financiamento petista na década de 80 até meados de 90, as interações/adaptações entre o PT e o campo eleitoral ao longo dos pleitos de 98, 2002 e 2006.

Destoando da maioria dos partidos no Brasil, que para eleição de cargos legislativos utilizam de estratégias que primam pela valorização de atributos individuais do candidato, o PT por vários pleitos, se destacou pela utilização de uma lógica de campanha baseada em referências coletivas como a valorização da legenda partidária e a ênfase sobre uma identidade comum.

Cabe analisar se enquanto partido a frente do Governo Federal em 2003 e visando manter-se na posição de partido da situação nos pleitos seguintes, o PT teria optado por investir em estratégias mais alinhadas aos demais partidos, isto é, o Partido dos Trabalhadores com vistas a se manter competitivo eleitoralmente teria preferido investir na captação de recursos financeiros, aumentando o volume de financiamento nas campanhas petistas.

1-Observações sobre o volume total de financiamento

Os resultados eleitorais em regimes democráticos são produtos da relação de distintos recursos empregados pelos atores na competição. E esses recursos são divididos em três espécies, quais sejam econômicos, organizacionais e ideológicos (Przeworski, 1994). No entanto a análise no presente trabalho focará sua atenção nos recursos econômicos empregados nas candidaturas petistas, tentando averiguar a hipótese inicial do trabalho se de fato teria ocorrido um aumento no volume de financiamento das campanhas petistas.

Constituindo um padrão de eficiências de gastos, garantindo um sucesso eleitoral aquém dos recursos disponíveis, o padrão de financiamento das campanhas eleitorais do Partido dos Trabalhadores nos pleitos da década de 80 e 90 destoava do padrão dos demais partidos no que se refere ao volume de recursos arrecadados e ao total de das despesas feitas em suas campanhas eleitorais para todos os cargos.

O presente tópico buscará encontrar evidências empíricas da hipótese inicial desse trabalho: as mudanças no padrão do volume de recursos dos Partidos dos Trabalhadores, intensificadas principalmente após as eleições de 2002. Para isso serão feitas comparações:

- a) entre o volume de recursos dos candidatos do PT para os cargos proporcionais, à nível nacional, o volume de financiamento dos candidatos dos três maiores partidos no cenário político brasileiro (DEM; PSDB; PMDB) com intuito de checar a dinâmica do crescimento do volume de recursos nas campanhas para cargos proporcionais, em especial do PT nos anos de 2002, 2006 e 2010;
- b) entre o volume de recursos dos candidatos do PT para os cargos proporcionais nos estados da Bahia e Ceará e o volume de recursos dos candidatos para os cargos proporcionais do DEM, PSDB e PMDB nos referidos estados com o objetivo de confrontar a dinâmica de financiamento em termos de volume de recursos entre os partidos nos pleitos de 2002 e 2010;
- c) entre o volume de recursos para o financiamento das campanhas de 2002, 2006 e 2010 e a votação nos candidatos petistas, verificando se há uma relação entre dinheiro e votação ou ainda se quanto maior o volume de recursos maior será a votação alcançada pelo candidato;

- d) entre o volume de recursos originários de pessoas físicas e as doações advindas de pessoas jurídicas, buscando compreender se há mudanças quanto à composição do financiamento das campanhas do PT para os cargos proporcionais nos pleitos de 2002, 2006 e 2010.

Comparando o volume de financiamento do PT no Brasil com o financiamento do DEM, PMDB e PSDB nos pleitos de 2002, 2006 e 2010

Uma observação atenta à distribuição dos recursos por cargo nos pleitos de 2002 e 2010 (quadro 01), que inclui o Partido dos Trabalhadores e os três maiores partidos do Brasil⁴, nos fornece alguns dados que fundamentarão uma de nossas hipóteses iniciais: a de que o PT vem consolidando um padrão de financiamento eleitoral bem próximo a dos demais partidos em termos de inserção, cada vez maior, de recursos financeiros.

Quadro 01: Distribuição de recursos para os cargos proporcionais

Distribuição de Recursos por Cargo (PT) - Bahia			
Cargo	2002	2006	2010
Deputado Estadual	7,7%	12,0%	18,7%
Deputado Federal	6,7%	13,2%	19,9%

⁴ Classificação elaborada pela própria autora que para tal levou em consideração: o tamanho da bancada do partido na Câmara dos deputados, quantidade de recursos repassados pelo TSE via fundo partidário e número de filiados do partido.

Distribuição de Recursos por Cargo (DEM) - Nacional

Cargo	2002	2006	2010
	11,7%	11,2%	6,2%
Deputado Estadual			
	16,9%	12,9%	8,9%
Deputado Federal			

Distribuição de Recursos por Cargo (PMDB) - Nacional

Cargo	2002	2006	2010
	11,9%	15,6%	13,4%
Deputado Estadual			
	14,5%	16,7%	15,8%
Deputado Federal			

Distribuição de Recursos por Cargo (PSDB) - Nacional

Cargo	2002	2006	2010
Deputado Estadual	15,4%	17,6%	14,9%
Deputado Federal	20,8%	16,8%	14,2%

Em nível nacional, podemos verificar que diferentemente do que ocorria em pleitos anteriores, o PT não destoou do cenário nacional e teve um aumento de receitas entre 2002 e 2010 até para cargos onde alguns dos partidos, analisados no quadro acima, tiveram quedas significativas de seus recursos. Em 2006, para o cargo de deputado estadual e federal o PT e PMDB são os únicos partidos que tem aumento de receita. Enquanto o PT cresce 0,7% o financiamento para o cargo de deputado estadual, o PMDB cresce 3,7%. Já com relação ao financiamento para o cargo de deputado federal só PT e PMDB tem aumento no volume total de financiamento para esse cargo: o PT aumenta sua receita em 3,5%, enquanto o PMDB aumenta 2,2% .

DEM e PSDB registraram quedas no financiamento tanto para o cargo de deputado estadual (0,5% e -2,2% respectivamente), como para o cargo de deputado federal: tanto o PSDB quanto o DEM recuaram 4% no volume total de financiamento para deputado federal em 2006 com relação a 2002.

Em 2010 para o cargo de deputado estadual, com exceção do PT (que teve aumento de 3,9%), todos os demais partidos analisados registraram queda significativas no volume de financiamento com relação a 2006: o DEM caiu 5%, o PMDB 2,2% e o PSDB recuou em 2,7% .

Para o cargo de deputado federal o PT foi único que registrou aumento no volume de recursos entre 2006 e 2010, crescendo em 3,7%. O DEM registrou queda de 4,0%, o PMDB queda de 0,9% e o PSDB caiu 2,6% com relação ao volume de recursos registrados em 2006.

Entre 2002 e 2010 o PT foi o único partido que registrou crescimento no volume total de recursos para os cargos proporcionais em todos os pleitos analisados. A porcentagem do volume de recursos do PT sobre o volume total de recursos para o cargo de deputado estadual cresceu entre 2002 e 2010 4,6%. No entanto o maior crescimento foi no volume de recursos destinados para o cargo de deputado federal: o crescimento foi de 7,2%. Nesse sentido verificamos que o PT foi o único partido que teve uma dinâmica de crescimento intenso e contínuo no volume de recursos para os cargos proporcionais.

Comparando o volume de recursos do PT, DEM, PMDB e PSDB nos estados da Bahia e Ceará entre 2002 e 2010

Nesse item, será analisada a dinâmica de financiamento nos estados da Bahia e Ceará, comparando o PT e os demais partidos, procurando perceber possíveis diferenças entre o volume de recursos entre os partidos analisados.

Quadro 02: Distribuição de recursos para os cargos proporcionais

PT/Bahia X DEM/PMDB/PSDB-Bahia⁵

Distribuição de Recursos por Cargo (PT) - Bahia

Cargo	2002	2006	2010
Deputado Estadual	7,7%	12,0%	18,7%
Deputado Federal	6,7%	13,2%	19,9%

Distribuição de Recursos por Cargo (DEM) - Bahia

Cargo	2002	2006	2010
Deputado Estadual	20,8%	24,1%	9,9%
Deputado Federal	44,9%	44,7%	22,5%

Distribuição de Recursos por Cargo (PMDB) - Bahia

Cargo	2002	2006	2010
Deputado Estadual	6,8%	8,2%	9,4%
Deputado Federal	16,2%	4,4%	6,5%

Distribuição de Recursos por Cargo (PSDB) - Bahia

⁵ Porcentagem sobre total de recursos por cada cargo.

Cargo	2002	2006	2010
Deputado Estadual	8,9%	6,1%	10,0%
Deputado Federal	13,9%	10,4%	11,6%

Na Bahia entre 2002 e 2006, para o cargo de deputado estadual, houve crescimento no volume de recursos em todos os partidos analisados, com exceção do PSDB. Enquanto o PT cresceu 4,3%, o DEM 3,3% e o PMDB 1,4%, o PSDB registrou queda de 2,8% no financiamento para deputado estadual.

O PT baiano foi o único partido que registrou aumento no volume de financiamento entre 2002 e 2006 para o cargo de deputado federal. Enquanto o PT cresceu 6,5%, DEM, PMDB e PSDB registraram quedas de 0,2%, 11,8% e 3,5% respectivamente.

Entre 2006 e 2010 o volume de financiamento para o cargo de deputado estadual na Bahia cresceu em todos os partidos, com exceção do DEM que registrou queda de 1,42%. O PT registrou o maior aumento, 6,7%, seguido pelo PSDB, 3,9%, e pelo PMDB, 1,2%.

Para o cargo de deputado federal o PT baiano também foi o partido que registrou maior aumento (6,7%), seguido pelo PMDB (2,1%) e pelo PSDB (1,2%). O DEM novamente foi o único partido que registrou queda (22,2%).

Entre 2002 e 2010 o PT foi o partido na Bahia que registrou os maiores crescimentos no volume total de recursos para os cargos proporcionais em todos os pleitos analisados. A porcentagem do volume de recursos do PT sobre o volume total de recursos para o cargo de deputado estadual cresceu, entre 2002 e 2010, 11%. No entanto o maior

crescimento foi no volume de recursos destinados para o cargo de deputado federal: o crescimento foi de 13,2%.

Quadro 03: Distribuição de recursos para os cargos proporcionais

PT/ CEARÁ X DEM/PMDB/PSDB-CEARÁ⁶

Distribuição de Recursos por Cargo (PT) - Ceará

Cargo	2002	2006	2010
Deputado Estadual	7,2%	10,2%	10,9%
Deputado Federal	5,4%	13,0%	14,7%

Distribuição de Recursos por Cargo (DEM) - Ceará

Cargo	2002	2006	2010
Deputado Estadual	1,9%	0,4%	2,9%
Deputado Federal	3,8%	1,2%	0,5%

Distribuição de Recursos por Cargo (PMDB) - Ceará

Cargo	2002	2006	2010
Deputado Estadual	9,9%	13,9%	6,5%
Deputado Federal	33,9%	27,1%	31,3%

Distribuição de Recursos por Cargo (PSDB) - Ceará

⁶ Porcentagem de recursos para cada sobre total de recursos por cada cargo.

Cargo	2002	2006	2010
Deputado Estadual	34,4%	37,0%	15,4%
Deputado Federal	36,4%	28,1%	13,0%

No Ceará, entre 2002 e 2006, todos os partidos, com exceção do DEM, que registrou queda de 1,2%, tiveram aumento no volume de recursos para o cargo de deputado estadual. O PMDB foi o que mais cresceu (4%), seguido pelo PSDB (2,6%). O PT registrou um pequeno crescimento de 0,3%.

Para o cargo de deputado federal, entre 2002 e 2006, o PT do Ceará foi o único partido que registrou crescimento no volume de recursos, 7,6%. PSDB, DEM e PMDB e registraram quedas de 8,3%, 2,6% e 0,58% respectivamente.

Entre as eleições de 2006 e 2010, o PSDB e o PMDB registraram quedas de 21,6% e 7,4% respectivamente na porcentagem do volume total de recursos destinados para o cargo de deputado estadual. O DEM registrou aumento de 1,5 e o PT de 0,7%.

Para o cargo de deputado federal, a maior queda foi do PSDB (15,1%), seguido pelo DEM que também registrou queda de 0,7%. O PMDB e o PT aumentaram o volume de recursos em 4,2% e 1,7% respectivamente.

Entre 2002 e 2010 a porcentagem do volume de recursos do PT sobre o volume total de recursos para o cargo de deputado estadual cresceu entre 2002 e 2010, 3,7% e para o cargo de deputado federal o crescimento foi de 9,3%.

Comparando o volume de financiamento do PT no Brasil e a votação alcançada pelos candidatos à cargos proporcionais nos pleitos de 2002, 2006 e 2010

Depois de termos constatado o aumento no número de volume de financiamento nas receitas petistas resta saber se esse aumento de recursos correspondeu a um aumento no número de votos nos candidatos do PT para os cargos proporcionais.

Observar a relação entre o impacto do volume de recursos sobre a votação se constitui como um ponto fundamental para analisarmos as transformações no padrão de financiamento eleitoral do PT, analisando a correlação entre o volume de recursos e o número de votos, levando em consideração que, como afirmamos nos parágrafos anteriores, a eficiência nos gastos foi por décadas uma marca distintiva das campanhas eleitorais petistas (Samuels, 1997; Peixoto, 2004).

O cálculo da média de recursos por eleitor e média de recursos por candidato foi feito da seguinte forma: ao invés de calcularmos simplesmente a porcentagem de despesas dos comitês partidários para os cargos proporcionais, preferimos utilizar a média de gastos por eleitor registrado⁷. Desta forma, poderemos perceber se o Partido dos Trabalhadores, dispondo de mais recursos obteve maior sucesso nas urnas para cargos proporcionais à nível de Brasil, Bahia e Ceará.

No intuito de verificar se campanhas dispendiosas financeiramente implicam necessariamente em vitória eleitoral, traçaremos dois quadros comparativos que nos permitem averiguar essa suposta correlação no financiamento de campanhas do PT para deputado estadual (quadro 07) e federal (quadro 08).

Arrecadação Média (em milhares de R\$) - Deputado Estadual

	<i>Média de Recurso dos Partidos</i>					
	Nacional		Bahia		Ceará	
	recurso por voto	recurso por candidato	recurso por voto	recurso por candidato	recurso por voto	recurso por candidato
2002	3,00	33.019,00	1,70	30.544,00	2,10	33.699,00

⁷ O cálculo consiste em dividirmos o total de despesas partidário pelo número de eleitores a nível de Brasil, Bahia e Ceará, calculando em seguida a média.

2006	5,50	56.407,00	3,60	56.172,00	3,60	51.418,00
2010	10,27	73.095,53	5,64	56.690,89	5,38	47.145,24
<i>Média de Recursos do PT</i>						
2002	2,00	26.965,00	0,90	12.889,00	1,50	33.195,00
2006	5,20	75.457,00	2,80	51.825,00	4,30	65.915,00
2010	10,52	155.324,71	5,47	163.701,42	5,55	112.240,30

Quadro 07: Recursos empregados para o cargo de deputado estadual: média de gastos por eleitor e por candidato

Fonte: TSE (para os dados de 2002 e 2006) e às claras (para os dados de 2010)

Os dados acima levantam questões importantes e ilustram nossas hipóteses iniciais a cerca das mudanças nas campanhas petistas com relação ao volume de recursos empregados. O Partido dos Trabalhadores foi considerado, no tocante a relação desempenho eleitoral e uso de poucos recursos, como um exemplo de eficiência nos gastos eleitorais (Samuels, 1997).

Analisando os dados a cerca da média de recursos por votos e recursos por candidato para o cargo de deputado estadual, observamos que em 2002 o PT tinha a média de recurso por voto menor que a média nacional: tinha 10,4% do total de recursos e 16% do total de votos para o cargo de deputado estadual.

Figurando como partido que mais eficientemente empregava seus recursos, o PT empregou em 2002 R\$2,00 para cada voto obtido, enquanto os demais partidos gastaram em média R\$3,00 por eleitor.

O PT da Bahia também empregou menos recursos que os demais partidos: enquanto o PT baiano gastou R\$ 0,90 por cada voto, os demais partidos gastaram em média R\$1,70 por eleitor. Em 2002 o PT na Bahia tinha 7,7% do total de recursos para o cargo de deputado estadual na Bahia e tinha 15,5% do total de votos.

A média de recursos empregados pelo PT no Ceará por voto também ficou abaixo da média dos demais partidos: o PT gastou por eleitor R\$ 1,50, enquanto os demais

partidos gastaram em média R\$ 2,10. Isto é, em 2002 o PT no Ceará tinha 7,2% do total de recursos e 10,6% do total de votos obtidos para o cargo de deputado estadual.

Os dados do pleito de 2006 apontam para um crescimento significativo do volume de recursos despendidos pelos candidatos que concorreram a vaga para deputado estadual em todos os partidos, inclusive do PT tanto à nível de Brasil, como de Bahia e Ceará. No entanto vale atentar que ainda que o PT tenha ficado acima da média de gastos dos demais partidos, houve aumento no volume de recursos em todos os partidos para o cargo de deputado estadual. Em 2006 o PT contava com 11,1% do total de recursos e obteve 12% do total de votos.

Enquanto para os demais partidos a média de recurso por voto para o cargo de deputado estadual quase dobrou de 2002 para 2006 (de R\$ 3,00 para R\$5,50 por voto), o PT precisou gastar quase o triplo do que gastou em 2002 por cada voto angariado em 2006: de R\$ 2,00 em 2002 para R\$ 5, 20 em 2006.

A mudança no volume de recursos das campanhas a deputado estadual do PT ocorreu também na Bahia que em 2006 tinha 12% do total de recursos e 16,5% do total de votos.

Enquanto a média de recursos por eleitor em todos os partidos dobrou (de R\$ 1,70 para R\$ 3,60) nas campanhas para deputado estadual, o PT baiano despendeu mais do triplo de recurso para conquistar cada voto. Se em 2002 o PT baiano gastava na campanha para deputado estadual R\$ 0,90 por eleitor, em 2006 ele precisou de R\$ 2, 80 para angariar o mesmo voto.

O volume de financiamento das campanhas petistas no Ceará para o cargo de deputado estadual também mudou: o PT tinha 10,2% do total de recursos e 8,6% do total de votos.

Enquanto a média de recursos por eleitor em todos os partidos não chegou nem a dobrar (de R\$ 2, 10 para R\$ 3,60) nas campanhas para deputado estadual em 2006, o PT cearense despendeu quase o triplo de recurso para conquistar voto. Se em 2002 o PT gastava na campanha para deputado estadual R\$ 1, 50 por eleitor, em 2006 ele precisou de R\$ 4,30 para angariar o mesmo voto junto ao eleitorado cearense, ficando a média de recurso por voto do PT cearense acima da média dos demais partidos.

A observação do crescimento no volume de recursos das campanhas para o cargo de deputado estadual do PT no pleito de 2006 em relação ao pleito de 2002, fornece os primeiros indícios de mudanças no padrão de financiamento do PT, aproximando-o do padrão de financiamento dos demais partidos brasileiros. No entanto a ‘consolidação’ desse novo ‘padrão’ de volume de recursos parece ocorrer no pleito seguinte.

Analisando o volume de recursos para o cargo de deputado estadual dos candidatos do PT em 2010, verificamos que a média de recursos por voto supera a média nacional dos demais partidos a nível de PT no Brasil, na Bahia e no Ceará.

Ainda que tenha ocorrido um aumento na média de recursos empregados por cada voto em todos os partidos nas eleições de 2010, a média do PT foi superior a média nacional dos demais partidos: enquanto os candidatos do PT gastaram por cada voto R\$10,52, os demais partidos gastaram por eleitor R\$10,27, ou seja, se em 2002 o PT gastava por eleitor em média R\$2,00 por voto, em 2010 o ‘preço’ médio do voto aumentou cinco vezes. O PT teve em 2010, 15% do total de votos e 14% do total de recursos para o cargo de deputado estadual.

Em 2010 o gasto médio por eleitor na Bahia também aumentou: o PT gastou em média por cada voto R\$5,47 e os demais partidos R\$5,64. Ou ainda o PT, em 2010, teve 19% do total de recursos e sua votação foi de 20% . Se comparado com o pleito de 2002, o PT gastou seis vezes mais em 2010 por cada voto e os demais partidos triplicaram em 2010 seus gastos médios por eleitor em relação a 2002.

A média de recurso gasto por eleitor pelos candidatos petistas no Ceará foi de R\$5,55 e dos demais partidos foi de R\$5,38. Em 2010 o PT tinha 11% do total de votos para uma votação de 10,4% nos seus candidatos.

O PT ficou acima da média dos demais partidos no Ceará, no entanto vale atentar que se comparado com o pleito de 2002, todos os partidos, incluindo o PT, mais que triplicaram a média de recursos gastos por cada voto obtido nas eleições de 2010.

A dinâmica no volume de recursos despendidos para o cargo de deputado estadual sofreu mudanças entre as eleições de 2002 e 2010. Todos os partidos aumentaram seus gastos médios por eleitor a cada pleito analisado, inclusive o Partido dos Trabalhadores.

É necessário atentar para o fato de que o aumento no volume de recursos das campanhas do PT para o cargo de deputado estadual em 2010, nos casos do PT nacional e do PT do Ceará, foi superior a média dos demais partidos, o que implica dizer que diferentemente do que era concebido (Samuels, 1997; Peixoto, 2004), as campanhas do PT nas eleições de 2010 não se configuraram como exemplos de eficiência de gastos.

Cabe saber agora se essa dinâmica de crescimento no volume de recursos em todos os partidos, inclusive do Partido dos Trabalhadores, é uma dinâmica das campanhas proporcionais ou se ela é particular às campanhas para o cargo de deputado estadual, ou seja, se essa mesma dinâmica também é percebida no volume de financiamento para o cargo de deputado federal. No quadro 08 temos as médias de recursos gastos por eleitor e por candidato para o cargo de deputado federal nas eleições de 2002, 2006 e 2010.

Quadro 08: Recursos empregados para o cargo de deputado federal: média de gastos por eleitor e por candidato

Arrecadação Média (em milhares de R\$) - Deputado Federal						
	Média de Recurso dos Partidos					
	Nacional		Bahia		Ceará	
	recurso por voto	recurso por candidato	recurso por voto	recurso por candidato	recurso por voto	recurso por candidato
2002	2,50	72.147,00	1,90	114.007,00	1,60	85.118,00
2006	4,70	524.144,00	2,10	293.549,00	2,90	427.151,00
2010	9,68	169466,81	6,60	155.744,69	5,21	171.739,22
Média de Recursos do PT						
2002	1,40	53.157,00	0,70	49.651,00	1,00	37.950,00
2006	4,90	186.276,00	1,70	139.380,00	4,20	105.144,00
2010	10,52	419.861,47	5,44	343.073,91	4,88	491.020,83

Fonte: TSE (para os dados de 2002 e 2006) e às claras (para os dados de 2010)

Analisando os dados a cerca da média de recursos por votos e recursos por candidato para o cargo de deputado federal, observamos que em 2002 o PT tinha a média de recurso por voto menor que a média nacional.

Figurando como partido que mais eficientemente empregava seus recursos, o PT empregou R\$1,40 para cada voto obtido, enquanto os demais partidos gastaram em média R\$2,50 por eleitor. Em 2002 o PT utilizou 10,1% do total de recursos e obteve votação de 17,7%.

O PT da Bahia também empregou menos recursos que os demais partidos: enquanto o PT baiano gastou R\$ 0,70 por cada voto, os demais partidos gastaram em média R\$1,90 por eleitor. Em 2002 o PT da Bahia detinha 6,7% do total de recursos e teve 18,8% do total de votos para o cargo de deputado federal.

A média de recursos empregados pelo PT no Ceará por voto também ficou abaixo da média dos demais partidos: o PT gastou por eleitor R\$ 1,00, enquanto os demais partidos gastaram em média R\$ 1,60. Em 2002 o PT teve 8,7% do total de votos obtidos e gastou 5,4% do total de recursos para o cargo de deputado federal.

Os dados do pleito de 2006 apontam para um crescimento significativo do volume de recursos despendidos pelos candidatos que concorreram a vaga para deputado federal em todos os partidos, inclusive do PT tanto à nível de Brasil, como de Bahia e Ceará. No entanto vale atentar que ainda que o PT tenha ficado acima da média de gastos dos demais partidos, houve aumento no volume de recursos em todos os partidos para o cargo de deputado federal.

O PT nacional em 2006 tinha 13,6% do total de recursos e obteve 14,2% do total de votos. Enquanto para os demais partidos a média de recurso por voto para o cargo de deputado federal quase dobrou de 2002 para 2006 (de R\$ 2,50 para R\$4,70 por voto), o PT precisou triplicar os gastos em relação a 2002 por cada voto angariado: de R\$ 2,00 em 2002 para R\$ 5, 20 em 2006.

A mudança no volume de recursos das campanhas a deputado federal do PT baiano que teve em 2006 13,2% do total de recursos para o cargo de deputado federal e obteve 19,1% do total de votos. Enquanto a média de recursos por eleitor em todos os partidos nem chegou a dobrar (de R\$ 1,90 para R\$ 2,10) nas campanhas para deputado federal, o

PT baiano despendeu mais que o dobro de recurso para conquistar cada voto. Se em 2002 o PT baiano gastava na campanha para deputado federal R\$ 0,70 por eleitor, em 2006 ele precisou de R\$ 1,70 para angariar o mesmo voto.

O volume de financiamento das campanhas petistas no Ceará para o cargo de deputado federal também mudou: o PT obteve votação de 9,6% e despendeu 13% do total de recursos.

Enquanto a média de recursos por eleitor em todos os partidos não chegou dobrado (de R\$ 1,60 para R\$ 2,90) nas campanhas para deputado federal em 2006, o PT cearense despendeu quatro vezes mais recurso por cada voto conquistado. Se em 2002 o PT gastava na campanha para deputado federal R\$ 1,00 por eleitor, em 2006 ele precisou de R\$ 4,20 para angariar o mesmo voto junto ao eleitorado cearense, ficando a média de recurso por voto do PT cearense acima da média dos demais partidos.

A observação do crescimento no volume de recursos das campanhas para o cargo de deputado federal do PT no pleito de 2006 em relação ao pleito de 2002, fornece os primeiros indícios de mudanças no padrão de financiamento do PT, aproximando-o do padrão de financiamento dos demais partidos brasileiros. No entanto a ‘consolidação’ desse novo ‘padrão’ de volume de recursos parece ocorrer, tal qual nas campanhas à deputado estadual, no pleito seguinte.

Analisando o volume de recursos para o cargo de deputado federal dos candidatos do PT em 2010, verificamos que a média de recursos por voto supera a média nacional dos demais partidos a nível de PT no Brasil: o PT teve 17,3% do total de recursos e obteve votação de 15,9%. Já com relação a Bahia e ao Ceará, a média de volume de recursos por votos não supera a média dos demais partidos, mas há um crescimento significativo no volume de recursos do PT nos dois estados.

Ainda que tenha ocorrido um aumento na média de recursos empregados por voto em todos os partidos nas eleições de 2010, a média do PT foi superior a média nacional dos demais partidos: enquanto os candidatos do PT gastaram por cada voto R\$10,52, os demais partidos gastaram por eleitor R\$9,68, ou seja, se em 2002 o PT gastava por eleitor em média R\$1,40 por voto, em 2010 o ‘preço’ médio do voto aumentou mais que sete vezes.

Em 2010 o gasto médio por eleitor na Bahia também aumentou: o PT gastou em média por cada voto R\$5,44 e os demais partidos R\$6,60. Em 2010 o PT baiano teve 19,9% do total de recursos para o cargo de deputado federal e obteve 24,2% do total de votos .Se comparado com o pleito de 2002, o PT, ainda que tenha ficado abaixo da média dos demais partidos na Bahia, os candidatos petistas gastaram sete vezes mais em 2010 por cada voto e os demais partidos triplicaram seus gastos médios por eleitor em relação a 2002.

Em 2010 o PT no Ceará teve 14,7% do total de recursos para o cargo de deputado federal e obteve 15,6% do total de votos. A média de recurso gasto por eleitor pelos candidatos petistas no Ceará em 2010 foi de R\$4,88 e dos demais partidos foi de R\$5, 21. O PT ficou abaixo da média dos demais partidos, no entanto vale atentar que se comparado com o pleito de 2002, o PT, gastou quatro vezes mais para cada voto obtido e os demais partidos mais que triplicaram a média de recursos gastos por cada voto obtido nas eleições de 2010.

A dinâmica no volume de recursos despendidos para o cargo de deputado federal sofreu mudanças entre as eleições de 2002 e 2010. Todos os partidos aumentaram seus gastos médios por eleitor a cada pleito analisado, inclusive o Partido dos Trabalhadores.

Vale atentar que o aumento no volume de recursos das campanhas do PT para o cargo de deputado federal em 2010, no caso do PT nacional foi superior a média dos demais partidos e do PT nos estados da Bahia e Ceará se aproximaram dos valores despendidos o quê implica dizer que diferentemente do que era concebido (Samuels, 1997; Peixoto, 2004), as campanhas do PT para o cargo de deputado federal nas eleições de 2010 não se configuraram como exemplos de eficiência de gastos.

Comparando o volume de financiamento do PT no Brasil, no Ceará e na Bahia nos pleitos de 2002, 2006 e 2010 no tocante à natureza do financiamento privado: pessoas físicas e jurídicas

Outra questão pertinente no tocante às transformações no padrão financiamento do PT é a composição dos recursos segundo a natureza do doador privado: pessoa física ou jurídica.

Quadro 08: Composição do financiamento eleitoral do PT entre doações de Pessoas Físicas (PF) e Pessoas Jurídicas (PJ) para o cargo de deputado estadual entre os anos de 2002 e 2010

Anos Eleitorais						
Partido	2002		2006		2010	
	% PF	% PJ	% PF	% PJ	% PF	% PJ
PT /BR	49%	45%	38%	58%	26%	42%
PT /BA	62%	37%	56%	40%	25%	34%
PT /CE	94,76%	0,4%	50%	48%	24%	53%

Fonte: às claras

Buscaremos compreender se ocorreram mudanças quanto à composição do financiamento das campanhas do PT para os cargos proporcionais nos pleitos de 2002, 2006 e 2010. Para tal, a coleta de dados e elaboração da composição não contabilizou recursos obtidos em eventos e na comercialização de produtos, contabilizando exclusivamente doações de pessoas físicas e jurídicas⁸.

A contribuição de doações oriundas de pessoas físicas para o financiamento de campanhas dos candidatos do PT para o cargo de deputado estadual à nível de Brasil vem sofrendo um recuo: enquanto em 2002 representava 49% do total de receitas, em 2006 caiu para 38% e em 2010 representou apenas 26% do total de recursos.

O volume de recursos oriundos de pessoas físicas também vem sofrendo uma queda nas campanhas petistas a deputado estadual na Bahia: em 2002 as contribuições

⁸ Como o que interessava para essa análise era exclusivamente as contribuições privadas de pessoas físicas e jurídicas foram também excluídos do cálculo cotizações dos filiados, fundo partidário e contribuições estatutárias obrigatórias. Sobre o peso das demais contribuições no financiamento das campanhas do PT ver Ribeiro, 2008.

somavam 62%, em 2006 caiu para 56% e em 2010 foi de apenas 25% do total de recursos privados.

O financiamento oriundo de pessoas físicas no Ceará também sofreu queda entre 2002 e 2010: em 2002 os recursos provenientes de pessoas físicas contabilizavam 94,76% do total de doações privadas, em 2006 caiu para 50% e em 2010 somou apenas 24% do total dos recursos privados.

Entre os pleitos de 2002 e 2006, as empresas contribuíram com 45% e 58% respectivamente para o financiamento das campanhas petistas- nacional- para o cargo de deputado estadual. No entanto em 2010 houve uma queda e as doações oriundas de pessoas jurídicas representaram 42% do total do volume de recursos privados. No entanto vale ressaltar que ainda sim foram superiores que as contribuições de pessoas físicas.

O volume de recursos oriundos de pessoas jurídicas para o cargo de deputado estadual no PT da Bahia sofreu oscilações entre as campanhas de 2002 e 2010: em 2002 as empresas contribuíram com 37%, em 2006 as contribuições aumentaram para 40% e em 2010 caiu para 34%.

O financiamento oriundo de pessoas jurídicas no Ceará, diferentemente do PT nacional e do PT na Bahia, vem aumentando entre 2002 e 2010: em 2002 os recursos provenientes de pessoas jurídicas contabilizavam apenas 0,4% do total de doações privadas, em 2006 aumentou para 48% e em 2010 foi para 53% do total dos recursos privados.

A dinâmica na composição do volume de recursos para o cargo de deputado estadual oriundos de pessoas físicas e jurídicas sofreu mudanças entre as eleições de 2002 e 2010 e podemos afirmar que, apesar das oscilações, as contribuições de empresas tem superados as contribuições das pessoas físicas tanto no PT a nível nacional como nos estados da Bahia e do Ceará.

Cabe saber agora se a dinâmica de crescimento do volume de recursos oriundos de pessoas físicas e jurídicas no financiamento das campanhas petistas para o cargo de deputado estadual é uma dinâmica das campanhas proporcionais ou se ela é particular às campanhas para o cargo de deputado estadual, ou seja, se essa mesma dinâmica também é percebida na composição do financiamento para o cargo de deputado federal. No quadro

20 temos a composição do financiamento para o cargo de deputado federal nas eleições de 2002, 2006 e 2010.

Quadro 09: Composição do financiamento eleitoral do PT entre doações de Pessoas Físicas (PF) e Pessoas Jurídicas (PJ) para o cargo de deputado federal entre os anos de 2002 e 2010

Anos Eleitorais						
Partido	2002		2006		2010	
	% PF	% PJ	% PF	% PJ	% PF	% PJ
PT /BR	86%	14%	82%	18%	49%	29%
PT /BA	83%	16%	77%	17%	50%	36%
PT /CE	90%	5%	76%	22%	44%	33%

Fonte: às claras

A contribuição de doações oriundas de pessoas físicas para o financiamento de campanhas dos candidatos do PT para o cargo de deputado federal à nível de Brasil vem sofrendo um recuo: enquanto em 2002 representava 86% do total das receitas, em 2006 caiu para 82% e em 2010 representou 49% do total de recursos privados.

O volume de recursos oriundos de pessoas físicas também vem sofrendo uma queda nas campanhas petistas a deputado federal na Bahia: em 2002 as contribuições somavam 83%, em 2006 caiu para 77% e em 2010 foi de 50% do total de recursos privados.

O financiamento oriundo de pessoas físicas no Ceará também sofreu queda entre 2002 e 2010: em 2002 os recursos provenientes de pessoas físicas contabilizavam 90% do

total de doações privadas, em 2006 caiu para 76% e em 2010 somou 44% do total dos recursos privados.

Entre os pleitos de 2002 e 2006, as empresas contribuíram com 14% e 18% respectivamente para o financiamento das campanhas petistas- nacional- para o cargo de deputado federal. Em 2010 houve um aumento e as doações oriundas de pessoas jurídicas representaram 29% do total do volume de recursos privados.

O volume de recursos oriundos de pessoas jurídicas para o cargo de deputado federal no PT da Bahia tem aumentado entre as campanhas de 2002 e 2010: em 2002 as empresas contribuíram com 16%, em 2006 as contribuições aumentaram para 17% e em 2010 para 36%.

O financiamento oriundo de pessoas jurídicas para o cargo de deputado federal no Ceará, tal qual a dinâmica do PT nacional e do PT na Bahia, vem aumentando entre 2002 e 2010: em 2002 os recursos provenientes de pessoas jurídicas contabilizavam apenas 5% do total de doações privadas, em 2006 aumentou para 22% e em 2010 somou 33% do total dos recursos privados.

A dinâmica na composição do volume de recursos oriundos de pessoas físicas e jurídicas sofreu mudanças entre as eleições de 2002 e 2010 e podemos afirmar que, apesar das oscilações, as contribuições de empresas tem aumentado mas não tem superado as contribuições das pessoas físicas tanto no PT a nível nacional como nos estados da Bahia e do Ceará para o cargo de deputado federal.

Considerações finais

Durante os seus trintas anos de existência, o Partido dos Trabalhadores deixa evidente em seu trajeto mudanças significativas. Do ponto de vista da Ciência Política, a percepção dessas transformações se dá em três dimensões: funcional (relação da Legenda com o aparelho estatal e sociedade civil), organizativa (estrutura e distribuição de poder) e competitiva (o comportamento da legenda na arena eleitoral). Nesse último aspecto enquadrámos o objeto de estudo do presente trabalho: financiamento de campanhas eleitorais.

Os estudos vigorosos sobre as transformações ocorridas no PT estão, em sua maioria, aglutinados em duas dimensões: a funcional e a organizativa. Em contraposição, as transformações ocorridas no padrão de financiamento das campanhas petistas não têm recebido a mesma atenção que as mudanças ocorridas em termos de funcionamento e organização do Partido. Essa lacuna não se justifica tendo em vista que, compreender a dinâmica do padrão de custeio das campanhas eleitorais pode fornecer elementos fundamentais na compreensão da terceira dimensão analítica sobre as mudanças ocorridas no PT: a dimensão competitiva.

As transformações na perspectiva de ação e orientação ideológica do Partido dos Trabalhadores parecem ficar evidentes no padrão de financiamento das suas campanhas eleitorais. O financiamento eleitoral petista, nos últimos pleitos parece sinalizar novas práticas político-eleitorais que por sua vez são antagônicas à princípios históricos do PT.

Um dos indicadores dessas transformações é o aumento do volume de financiamento, evidente nas prestações de contas declaradas pelo Partido, entre os pleitos de 2002 e 2010 .

O volume de recursos financeiros utilizados pelo PT entre os pleitos de 2002 e 2010 nas disputas eleitorais, quando confrontados apontam para uma crescente importância dada a estes, caracterizando o padrão de financiamento das campanhas petistas bem próxima ao padrão dos demais partidos.

Em decorrência do massivo volume de informações disponíveis no TSE e os objetivos a que se propõe uma dissertação, optei por eleger estados para possibilitar que o estudo fosse feito sem maiores prejuízos qualitativos. A escolha foi pelos estados da Bahia e do Ceará e para tal considerei as mudanças ocorridas no padrão de votação nesses estados com a eleição de Lula.

Ainda que guardem particularidades históricas, Bahia e Ceará parecem também manter similaridades com os demais estados da região Nordeste, em termos de mudanças na arena político-partidário-eleitoral. Outro fator relevante nessa delimitação metodológica foi constatar que os diretórios estaduais do PT na Bahia e no Ceará acompanharam as mudanças do PT, e aqui nos interessa especialmente as mudanças no volume de recursos para o financiamento de campanhas

Os dados do financiamento eleitoral das campanhas do PT, analisando as implicações desses resultados para a interação entre PT e arena eleitoral. Para fins de verificação da hipótese central. Nesse tópico buscamos encontrar evidências empíricas da hipótese inicial desse trabalho: as mudanças no padrão do volume de recursos dos Partidos dos Trabalhadores, intensificadas principalmente após as eleições de 2002. Podemos inferir algumas constatações quanto a dinâmica no volume de financiamento das campanhas proporcionais do Partido dos Trabalhadores:

- a) ao crescimento do volume de recursos nas campanhas para cargos proporcionais, em especial do PT tem seguido uma dinâmica de crescimento nos pleitos de 2002, 2006 e 2010. Vale atentar que o aumento foi verificado também nos partidos analisados, DEM, PSDB e PMDB, ainda que o crescimento nesses partidos tenha sido menor;
- b) nos estados da Bahia e Ceará a dinâmica no volume de financiamento entre o volume de recursos dos candidatos do PT para os cargos proporcionais nos estados da Bahia e Ceará foi superior aos demais partidos analisados nos referidos estados (DEM, PSDB e PMDB) nos pleitos de 2002 e 2010;
- c) o aumento no volume de recursos das campanhas do PT para o cargo de deputado estadual e federal em 2010, nos casos do PT nacional e do PT do Ceará, foi superior a média dos demais partidos, o que implica dizer que diferentemente do que era concebido (Samuels, 1997; Peixoto, 2004), as campanhas do PT entre as eleições de 2002 e 2010 não se configuraram como exemplos de eficiência de gastos;
- d) ocorreram mudanças quanto à composição do financiamento das campanhas do PT para os cargos proporcionais. Tanto nas campanhas para o cargo de deputado estadual como deputado federal as contribuições oriundas de pessoas jurídicas vem aumentando entre os pleitos de 2002 e 2010.

Constituindo um padrão de eficiências de gastos, garantindo um sucesso eleitoral aquém dos recursos disponíveis, o padrão de financiamento das campanhas eleitorais do Partido dos Trabalhadores nos pleitos da década de 80 e 90 destoava do padrão dos demais partidos no que se refere ao volume de recursos arrecadados e ao total de das despesas feitas em suas campanhas eleitorais para todos os cargos (Samuels, 1997).

Os dados analisados ao longo desse estudo nos fornecem indícios de mudanças no padrão de financiamento das campanhas do PT e entre os pleitos de 2002 e 2010, o PT vem consolidando um padrão de financiamento eleitoral bem próximo a dos demais partidos em termos da inserção, cada vez maior, de recursos financeiros em suas campanhas.

Referências bibliográficas

- AMARAL, O. E. A estrela não é mais vermelha. São Paulo: Garçonni, 2003.
- ANASTACIA, F & CINTRA, A. O. (orgs.) [2 ed.] Sistema Político brasileiro: uma introdução. Rio de Janeiro: Konrad Adenauer; São Paulo: Unesp, 2007.
- AVRITZER, L. & ANASTACIA, F (orgs.). Reforma Política no Brasil. Belo Horizonte: UFMG, 2006.
- AZEVEDO, Clóvis Bueno. A estrela partida ao meio. São Paulo: Entrelinhas, 1995.
- BORGES, André. Já não se fazem mais máquinas políticas como antigamente: competição vertical e mudança eleitoral nos estados brasileiros. **Net**. Curitiba, fev. 2010. **Rev. Sociol. Polít.** v. **18**, n. **35**, p. 167-188. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rsocp/v18n35/v18n35a11.pdf>>. Acesso em: 21 jul. 2010.
- CARVALHO, R. V. A. Transição democrática brasileira e padrão publicitário midiático da política. São Paulo: Pontes editores/UFC, 1999.
- _____. (org.). O Ceará na década de 1980: atores políticos e processos sociais. Campinas, São Paulo: Pontes; Fortaleza: Programa de Pós graduação em sociologia da Universidade Federal do Ceará, 2009.
- _____. (org.). A produção de campanhas da política em campanhas eleitorais: eleições municipais de 2000. Campinas, São Paulo: Pontes; Fortaleza: Programa de Pós graduação em sociologia da Universidade Federal do Ceará, 2003
- DANTAS NETO, P. F. Tradição, autocracia e carisma: a política de Antonio Carlos Magalhães na modernização da Bahia (1954-1974). Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.
- DEMIER, Felipe. As transformações do PT e os rumos da esquerda no Brasil. Rio de Janeiro: Bom texto, 2003.
- GADOTTI, M. & PEREIRA, O. Pra que PT: origem, projeto e consolidação do Partido dos Trabalhadores. São Paulo: Cortez, 1989.
- GUIMARÃES, A. S, A. Formação e crise da hegemonia burguesa na Bahia. 1982. 144f. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais)- Instituto de Ciências Humanas e Filosofia, Universidade Federal da Bahia, Salvador, Bahia.

IASI, Mauro Luis. As metamorfoses da consciência de classe (o PT entre a negação e o consentimento). São Paulo: Expressão popular, 2006.

MENEGUELLO, Rachel. PT: a formação de um partido. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1989.

MONTENEGRO, Abelardo F. Os partidos políticos do Ceará. Fortaleza: Edições Universidade Federal do Ceará, 1980.

OLINDA, E. M. B. A dimensão educativa do Partido político. Fortaleza: Expressão, 1991.

PEIXOTO, V.M. Votos: Valem quanto pesam? O Impacto do Financiamento de Campanhas Eleitorais no Brasil.2004.83f. Dissertação (Mestrado em Ciências Políticas)- Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

PRZEWORSKI, A. A Democracia e o mercado no Leste Europeu e na América Latina. Rio de Janeiro: Relumê Dumará, 1994.

RUBIM, A. A. C.(org.). Mídia e eleições 2000 em Salvador. Salvador: Universidade Federal da Bahia, 2002.

SADER, Emir (org.). E agora PT? Caráter e identidade. São Paulo: Brasiliense, 1986.

SAMUELS, David. Determinantes do Voto Partidário em Sistemas Eleitorais Centrados no Candidato: Evidências sobre o Brasil. **Dados**, vol. 40, nº 3, pág. 493 – 533,1997.

SANTANA, M. Aurélio. (1998), *Esquerda e sindicato no Brasil: o PCB (1945/1992)*. Rio de Janeiro, tese de doutorado, Universidade Federal do Rio de Janeiro.

SANTOS. R. D. A economia política das Eleições 2002. Um estudo sobre a concentração de financiamento de campanha para deputado federal. 2009. 168f. Dissertação (Mestrado em Ciência Política)- Instituto de Ciências Humanas e Filosofia, Universidade Federal Fluminense, Niterói, Rio de Janeiro.

SPECK, Bruno Wilhelm. Reagir a escândalos ou perseguir ideais? A regulação do Financiamento público no Brasil. Cadernos Adenauer. Ano VI, 2005. n. 02. p. 139.