



## **ANÁLISE EXPLORATÓRIA SOBRE O DESEMPENHO DAS CANDIDATURAS FEMININAS NAS ELEIÇÕES DE 2018**

**Marcus Vinicius Chevitaresh Alves, Luiz Henrique Vogel, João Carlos Afonso Costa \***

**Palavras-chaves:** Eleições de 2018. Quotas de gênero. Financiamento de campanha.

### **RESUMO**

O objeto deste trabalho é analisar o desempenho das candidaturas femininas nas eleições de 2010, 2014 e 2018. A existência de eleições livres e constantes é considerada um dos pilares da democracia representativa moderna. Com a maior disponibilidade de dados sobre eleições, além de tecnologias para a análise destes, os trabalhos empíricos ganham relevância pela capacidade de jogar luz a hipóteses existentes e auxiliar na proposição de novas conjecturas. Nesse contexto, o objetivo é investigar as razões pelas quais houve um aumento sensivelmente maior no número de mulheres eleitas para o cargo de deputado federal. Esse aumento foi da ordem de 51%, passando de 51, em 2014, para 77 cadeiras conquistadas pelas mulheres, em 2018.

Vários fatores afetam as condições de disputa e as chances de vitória dos candidatos, que buscam utilizar variados recursos para se diferenciar dos demais e construir visibilidade para suas propostas, tornando sua candidatura conhecida pelo eleitor; tais recursos podem ser de natureza econômica, política ou simbólica (CARLOMAGNO, CODATO, 2018). No Brasil, onde a disputa é proporcional e com lista aberta, o nível de competição é ainda maior, aumentando a necessidade de diferenciação (NICOLAU, 2006). Para unificar a terminologia, foram adotados os termos capital econômico, capital político e capital social.

O capital econômico traduz-se em financiamento de campanha e é considerado um dos mais importantes fatores de competitividade eleitoral. Nas eleições proporcionais, o trabalho de Samuels (2001) é considerado pioneiro: o autor conclui que os recursos de campanha tiveram efeitos relevantes na disputa para a Câmara dos Deputados, nas eleições de 1990 e 1994. Marcelino (2010) encontrou correlação análoga nas eleições de 2002 e 2006. Figueiredo Filho (2009) evidenciou padrão semelhante em 2006. Nas eleições de 2010, Speck, Sacchet e Santos (2012) mostram que o quarto quartil de votação concentra proporção muito superior de receitas que os demais. Alves (2018) mostra que nenhum candidato a deputado federal se elegeu com despesas de campanha abaixo da mediana de seu distrito eleitoral, nas eleições de 2010 e 2014. Portanto, há uma gama de evidências da associação entre capital econômico empregado na campanha e desempenho eleitoral do candidato, que vai de 1990 a 2014, ou seja, em sete eleições gerais consecutivas.

O capital político e o capital social também são importantes. O capital político, na forma de ocupação de cargos políticos, especialmente eletivos, aumenta as cotas de visibilidade do candidato, permitindo-lhe o acesso à esfera representativa. Já o capital social, associado à ocupação de posições sociais destacadas, como os proprietários de empresas, profissionais

---

\* Câmara dos Deputados. E-mails: mchevita@gmail.com; luiz.vogel@camara.leg.br; joaocarlosafonso@gmail.com



liberais, comunicadores, líderes religiosos e outros também amplia a visibilidade e pode ser “convertido” em capital político. Essas vertentes de capital não serão exploradas neste texto, ficando para outra etapa da pesquisa.

Logo, este trabalho preliminar enfatiza a análise do capital econômico. Mas por que os recursos financeiros importam para o sucesso eleitoral? Nas eleições majoritárias, uma explicação recorrente é que há uma tendência mundial de profissionalização das campanhas. A função de gerenciamento da agenda política dos candidatos, outrora atribuída aos partidos, é delegada a profissionais de comunicação e *marketing* (LEAL; ROSSINI; WERNECK, 2012). No contexto brasileiro há agravantes: nas eleições proporcionais, o sistema eleitoral de lista aberta, numa eleição disputada em grandes distritos eleitorais, induz à personalização da campanha e também envolve aporte considerável de recursos. O candidato é o principal responsável por sua campanha, uma vez que precisa disputar os votos com dezenas ou centenas de competidores dentro e fora do seu partido ou coligação, permitida até 2018. Isso tudo exige aparato profissional e demanda recursos financeiros.

Passa-se agora à parte empírica do trabalho. Foram analisados os dados de candidatos (as) nas disputas proporcionais de 2010, 2014 e 2018. Para tornar a comparação mais efetiva, foram considerados apenas os candidatos e candidatas aptos (as) e com receita superior a zero. Em números absolutos isso representou, respectivamente, 934, 1.724 e 2.426 candidaturas femininas. Os dados foram obtidos do Sistema de Informações Eleitorais (Siele), desenvolvido pela Câmara dos Deputados a partir dos dados brutos do Tribunal Superior Eleitoral (BRASIL, 2015).

Em relação à disputa para deputado federal, a proporção de candidatas aptas em relação ao total aumentou de 19,1%, em 2010, para 29,4%, em 2014. No entanto, provavelmente isso ocorreu devido a mudanças na redação do dispositivo legal (Lei 9504/97, art. 10 §3º), bem como um posicionamento mais firme da Justiça Eleitoral. Isso fez com que a cota de 30% de candidaturas femininas para cargos proporcionais fosse cumprida. Já na comparação entre 2010 e 2014, o aumento foi marginal: de 29,4% para 31,6% – variação positiva de 7,8%. Ambos os percentuais estão bastante próximos do patamar mínimo exigido legalmente. No mesmo período, o total de votos para candidaturas femininas passou de cerca de 8,5 milhões para mais de 14,7 milhões: variação positiva de 73%. Na mesma direção da votação, a proporção de candidatas eleitas passou de 9,94% para 15,01%: variação positiva de 50,98%. Constata-se, assim, que tanto a variação de votos quanto a variação na proporção de eleitas foi bastante superior à variação na proporção de candidatas, mesmo se considerando apenas as candidatas aptas e com receita não nula<sup>1</sup>.

A baixa variação na proporção de candidaturas femininas não explica a variação na proporção de votos nas mulheres e, conseqüentemente, na proporção de eleitas. O que parece ter aumentado é a proporção de candidatas *competitivas*. A hipótese é que o aumento relativo das receitas, especialmente por meio das fontes públicas de financiamento, aumentou a competitividade dessas candidatas. Nesse ponto, é necessário destacar que foi criado, em 2017, o Fundo Especial de Campanha, inexistente em 2014.

---

<sup>1</sup> Importante ressaltar que foi realizado teste de análise de variância (ANOVA), que comprovou a influência do fator eleição na variação na proporção de eleitas, com significância superior a 95%.



Para testar essa hipótese, trabalhou-se com a variação percentual das receitas, uma vez que o financiamento por pessoa jurídica foi vedado nas eleições de 2018 (BRASIL, 2015). Em 2014, as candidatas aptas ao cargo de deputado federal auferiram 9,8% das receitas; em 2018, esse percentual aumentou para 22,2% – variação positiva de 126%. No mesmo período, o montante de receitas de fontes públicas para ambos os sexos passou de 3,6% para 76,5% – variação de 2.025%. Considerando-se somente as mulheres, as proporções foram 4,2% (2014) e 87,5% (2018) – variação de 1.983%. Portanto, houve: (i) um aumento significativo na proporção de receitas das candidaturas femininas; (ii) um aumento significativo na proporção de receitas públicas na fatia de recursos das mulheres candidatas.

Os resultados encontrados dão sustentação à hipótese aventada. A maior disponibilidade de recursos públicos em 2018 reduziu, em parte, a desigualdade nas receitas de campanha entre mulheres e homens candidatos a deputado federal. Grosso modo, em 2014, as candidatas aptas “captavam” 10 reais em cada 100 disponíveis; em 2018, a razão passou para 22 em cada 100. Outra evidência é que a razão entre as médias de receitas de homens e mulheres diminuiu de 2,4 para 1,8 no mesmo período. Um incremento relativo na receita é associado a um incremento relativo nos votos, conforme a literatura apresentada. As candidatas mulheres obtiveram 6 milhões a mais de votos entre 2014 e 2018. E isso se traduziu em um aumento superior a 50% no número de cadeiras conquistadas na Câmara dos Deputados.

Pretende-se avançar na elaboração das análises, por meio de instrumentos quantitativos e qualitativos. Serão feitas análises regionalizadas e os fatores associados ao capital político e ao capital social serão incorporados.

## REFERÊNCIAS

ALVES, M. V. C. **Duas arenas, uma tendência:** personalização das campanhas nas ruas e nas mídias sociais, nas eleições de 2014. 2018. Tese (Doutorado em Ciência Política) - Instituto de Estudos Sociais e Políticos, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

BRASIL. Lei 9.504, de 30 de setembro de 1997. Estabelece normas para as eleições. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 1 dez. 1997. Disponível em [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/19504.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19504.htm). Acesso em: 4 jul. 2019.

BRASIL. Supremo Tribunal Federal. **ADI 4650**. Relator Luiz Fux. 17 set. 2015. Disponível em <http://portal.stf.jus.br/processos/detalhe.asp?incidente=4136819>. Acesso em: 4 jul. 2019.

CARLOMAGNO, M.; CODATO, A. Profissão, sexo e dinheiro: mensuração da acumulação de desigualdades na competição eleitoral brasileira. **Colombia Internacional**, Bogotá, n. 95, p. 79-107, 2018.

CERVI, E. U. O "tempo da política" e a distribuição dos recursos partidários: uma análise do HGPE. **Debate:** Periódico de Opinião Pública e Conjuntura Política, Belo Horizonte, v. 2, n. 8, p. 12-17, ago. 2010.

FIGUEIREDO FILHO, D. B. **O elo corporativo?** Grupos de interesse, financiamento de campanha e regulação eleitoral. 2009. Dissertação (Mestrado em Ciência Política) - Universidade Federal de Pernambuco, Recife.

GOMES, Wilson. **Transformações da política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004.

LEAL, Paulo R. F.; ROSSINI, Patrícia G. C.; WERNECK, Vinícius. As Eleições Municipais de 2012 em Juiz de Fora e a Estratégia da Personalização. **Revista Libertas**, Juiz de Fora, v. 12, n. 2, 2012.



Disponível em <https://periodicos.ufjf.br/index.php/libertas/article/view/18244/9492>. Acesso em: 8 jul. 2019.

MANCUSO, W. P. *et al.* Corporate Dependence in Brazil's 2010 Elections for Federal Deputy. **Bras. Political Science Review**, São Paulo, v. 10, n. 3, 2016. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1981-38212016000300204&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1981-38212016000300204&lng=en&nrm=iso). Acesso em: 4 jul. 2019.

MARCELINO, D. **Sobre dinheiro e eleições**: um estudo dos gastos de campanha para o Congresso Nacional em 2002 e 2006. 2010. 121 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) - Universidade de Brasília, Brasília.

NICOLAU, J. O sistema eleitoral de lista aberta no Brasil. **DADOS: Revista de Ciências Sociais**, Rio de Janeiro, v. 49, n. 4, p. 689-720, 2006.

SACCHET, T.; SPECK, B. W. Financiamento eleitoral, representação política e gênero: uma análise das eleições de 2006. **Opinião Pública**, Campinas, v. 18, n. 1, p. 177-197, 2012.

SPECK, B. W.; SACCHET, T.; SANTOS, F. H. D. **Financiamento de campanhas de homens e mulheres candidatos a deputado estadual e deputado federal nas eleições gerais de 2010 no Brasil**. Brasília: TSE, 2012.

SAMUELS, D. Incumbents and challengers on a level playing field: assessing the impact of campaign finance in Brazil. **Journal of Politics**, v. 63, n. 2, p.569-584, 2001.