

FINANCIAMENTO DE CAMPANHA NO BRASIL: UMA ANÁLISE SOBRE A LEI DOS PARTIDOS POLÍTICOS E A REFORMA ELEITORAL.

NETO, Afonso Gustavo Hauser (Direito/UNIBRASIL)
RICKEN, Francis Augusto Goes (Direito/UNIBRASIL)

O financiamento de campanha é a arrecadação de fundos que os partidos e candidatos podem fazer para a realização das campanhas políticas. No Brasil é adotado o sistema misto de doações, ou seja, os partidos podem levantar seus fundos por meio de entidades privadas, incluindo pessoas físicas ou mesmo jurídicas, e também recebem verbas públicas do Fundo Partidário estabelecidos pela Constituição Federal e pela Lei dos Partidos Políticos (Lei nº 9.096/95, art. 37 e Ss). Desta feita, adotamos no nosso sistema político constitucional: (i) o financiamento público indireto, que se refere aos serviços e benefícios concedidos pelo Estado aos partidos e candidatos; (ii) fundo partidário, que é composto por multas, penalidades, doações e outros recursos financeiros; (iii) financiamento privado, que é a participação efetiva de pessoas físicas, mas principalmente jurídicas, nas campanhas eleitorais, através de doações. Contudo, o assunto causa ainda muita divergência entre os parlamentares e na literatura do Direito Constitucional e Direito Eleitoral. Nosso objetivo com esse artigo será: (i) estabelecer as formas de financiamento de campanha eleitoral vigentes; (ii) abrir uma discussão sobre as diversas formas de financiamento eleitoral; (iii) além de abrir uma discussão sobre as alterações da Reforma Política, que tramita nas casas legislativas. Buscamos com este trabalho soluções para possíveis problemas vinculados às formas de financiamento das campanhas eleitorais, e também demonstrar como tais mecanismos funcionam em direito comparado.

Palavras-chave: financiamento de campanha; direito eleitoral; direitos políticos; direito constitucional.