



Escola da Magistratura do Estado do Rio de Janeiro

A ilegitimidade das doações de pessoas jurídicas no processo eleitoral

Monique Costa Diniz

Rio de Janeiro
2014

MONIQUE COSTA DINIZ

A ilegitimidade das doações de pessoas jurídicas no processo eleitoral

Artigo Científico apresentado como exigência de conclusão de Curso de Pós-Graduação *Lato Sensu* da Escola de Magistratura do Estado do Rio de Janeiro. Professores Orientadores:
Mônica Areal
Néli Luiza C. Fetzner
Nelson C. Tavares Junior

Rio de Janeiro

2014

A ILEGITIMIDADE DAS DOAÇÕES DE PESSOAS JURÍDICAS NO PROCESSO ELEITORAL

Monique Costa Diniz

Graduada pela Faculdade Nacional de Direito.
Advogada. Pós-graduada em Direito Público
pela Universidade Católica de Petrópolis.

Resumo: As campanhas eleitorais na sociedade contemporânea possuem um forte viés econômico capaz de decidir o resultado das eleições, dessa força a legislação pátria, bem como os cidadãos devem estar atentos e coibir possíveis desigualdades que inviabilize uma disputa pautada nas propostas políticas. A essência do trabalho é abordar o financiamento de campanhas eleitorais, no que concerne às doações financeiras realizadas por pessoas jurídicas, que possam influir nos resultados eleitorais.

Palavras-chave: Direito Eleitoral. Doações. Pessoa Jurídica.

Sumário: Introdução. 1. Financiamento de campanhas eleitorais. 2. Princípios constitucionais. 3. Influência do poder econômico. Conclusão. Referências.

INTRODUÇÃO

O trabalho ora proposto enfoca a temática do financiamento de campanhas eleitorais, com destaque na regulamentação proposta pela Lei das Eleições (art. 81, caput e § 1º da Lei n. 9.504/97), bem como pela Lei Orgânica dos Partidos Políticos (art. 38, inciso III e art. 39, caput e § 5º da Lei 9096/95).

Para tal, estabelece como premissa a reflexão sobre a estrutura democrática brasileira, em que o princípio republicano está positivado no artigo 1º da Constituição Federal, derivado da noção de que os governantes e agentes públicos não gerem o que é seu, mas o que pertence a toda a coletividade: a “coisa pública” (*res publica*).

Diante desse panorama, o processo eleitoral brasileiro deve se distanciar da influência de interesses econômicos no resultado dos pleitos, uma vez que a correlação entre

sucesso eleitoral e financiamentos recebidos tem sido muito elevada atualmente, o que não se coaduna com a gestão da coisa pública.

Busca-se despertar a atenção para a influência econômica representada pelo financiamento de campanhas políticas por vultosas doações de pessoas jurídicas, que por não serem cidadãos expressam apenas o interesse econômico na disputa eleitoral, configurando ofensa aos princípios democráticos e republicanos propostos pela Constituição Cidadã. Para que a democracia seja de fato exercida se faz necessário isonomia na disputa eleitoral em todos os aspectos, inclusive o econômico.

O primeiro capítulo irá informar os possíveis sistemas de financiamento econômico de campanhas eleitorais e o atualmente adotado e regulamentado no Brasil.

O segundo capítulo fará uma análise dos princípios constitucionais republicano e democrático, a fim de que possa ser garantido o financiamento eleitoral mais isonômico, na exata medida de se tornar paritária a disputa eleitoral.

O terceiro capítulo analisa a predominância do sistema de financiamento eleitoral privado, sob o viés do privilégio aos cidadãos que dispõem de fontes de financiamento em detrimento daqueles que não possuem condições financeiras suficientes, explicitando a necessidade de capacidade política para legitimar as doações no processo eleitoral.

Por fim, o trabalho procura trazer à tona discussão sobre as campanhas eleitorais na sociedade contemporânea que possuem um forte viés econômico capaz de decidir o resultado das eleições, dessa forma a legislação pátria, bem como os cidadãos devem estar atentos e coibir possíveis desigualdades que inviabilize uma disputa pautada nas propostas políticas. A essência do trabalho é abordar o financiamento de campanhas eleitorais, no que concerne às doações financeiras realizadas por pessoas jurídicas, que possam influir nos resultados eleitorais.

A metodologia adotada foi de pesquisa empírica do tipo qualitativa parcialmente exploratória. Adotou-se o método dedutivo e indutivo.

1. FINANCIAMENTO DE CAMPANHAS ELEITORAIS

Financiamento de campanha¹ se designa a definir as formas como os partidos políticos custeiam sua campanha eleitoral, utilização de recursos materiais pelos candidatos, com a finalidade de captação de votos nos pleitos eleitorais. Há basicamente três formas de financiamento de campanha: privado, público ou misto.

No sistema privado os ingressos financeiros advêm unicamente de doações providas por particulares, pessoas físicas ou jurídicas, que podem ser ou não filiados ao partido político donatário.

No sistema público tais ingressos estão intimamente relacionados com subsídios estatais que podem ser de dotações orçamentárias específicas ou atinente ao fundo partidário.

No sistema misto há a incidência de duas fontes de ativos, privada e pública, o que permite, além da igualdade que se espera do sistema público, a participação popular diretamente nas campanhas.

Atualmente o sistema de financiamento de campanha eleitoral adotado pelo Brasil, conforme legislação pertinente é o misto. A denominada Lei das Eleições (Lei n. 9.504/97), disciplina amplamente o processo eleitoral e a forma de financiamento privado, regulando a captação de recursos de pessoas físicas e jurídicas entre os art. 17 a 32.

¹ CAMPANHA ELEITORAL: Financiamento de campanhas. Disponível em: <<http://www.justicaeleitoral.jus.br/arquivos/campanha-eleitoral-financiamento-de-campanhas-roteiros-eje>>. Acesso em: 10 out. 2014.

O financiamento público previsto no sistema misto brasileiro possui assento constitucional, art. 17, §3º, CRFB/88, e está regulamentado na Lei Orgânica dos Partidos Políticos (Lei n. 9.096/95), art. 38 a 44, referente ao fundo partidário. Além disso, há previsão de financiamento público indireto por meio da concessão de transmissão gratuita de propaganda partidária e eleitoral nos meios de comunicação, art. 45 a 49, da Lei n. 9.096/95.

De maneira mais específica ter-se-á:

a) Recursos próprios dos candidatos²: Os candidatos podem fazer doação pessoal à própria campanha, investindo seus recursos no valor máximo estabelecido pelo partido e deverão documentar a operação por meio da emissão do respectivo recibo eleitoral;

b) Doações de pessoas físicas: Conforme dispõe o art. 23 da Lei das Eleições, as doações de pessoas físicas estão limitadas a 10% dos rendimentos brutos auferidos pelo doador no ano anterior à eleição. Qualquer eleitor pode, com a finalidade de apoiar candidato de sua preferência, realizar doações estimáveis em dinheiro relativas à utilização de bens móveis ou imóveis de propriedade do doador, desde que o valor da doação não ultrapasse R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais)³;

c) Recursos e fundos próprios dos partidos políticos: A utilização desses recursos nas campanhas eleitorais está prevista no § 5º do art. 39 da Lei nº 9.096/95. Além disso, os partidos políticos, em todos os níveis de direção, poderão aplicar nas campanhas eleitorais os recursos do Fundo Partidário, inclusive de exercícios anteriores, por meio de doações a candidatos e a comitês financeiros (art. 21 da Res. TSE n. 23.376/12);

d) Doações de pessoas jurídicas: As doações e contribuições de pessoas jurídicas para campanhas eleitorais ficam limitadas a 2% do faturamento bruto do ano anterior à

² BRASIL. Lei n. 9.504, de 30 de set. de 1997. Art. 20 e 23, §1º, II. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19504.htm>. Acesso em: 20 out. 2014.

³ BRASIL. Lei n. 9.504, de 30 de set. de 1997. Art. 23, §7º. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19504.htm>. Acesso em: 20 out. 2014.

eleição, de acordo com o disposto no art. 81 da Lei das Eleições. A doação de quantia acima desse limite sujeita a pessoa jurídica ao pagamento de multa no valor de cinco a dez vezes a quantia em excesso. Além disso, a pessoa jurídica estará sujeita à proibição de participar de licitações públicas e de celebrar contratos com o poder público pelo período de cinco anos, por determinação da Justiça Eleitoral, em processo no qual seja assegurada ampla defesa;

e) Doações de outros candidatos, comitês financeiros ou partidos políticos: Tais doações são lícitas e permitidas, hipótese corrente no sentido de fortalecimento de coligações⁴. A doação de candidatos para outros candidatos deve ocorrer na modalidade pessoa física;

f) Das receitas decorrentes da comercialização de bens e serviços ou da promoção de eventos, bem como da aplicação financeira dos recursos de campanha: Eventos com comercialização de bens e serviços podem ser realizados, desde que a Justiça Eleitoral seja comunicada de sua realização formalmente e com antecedência mínima de cinco dias úteis para que possa providenciar, se julgar necessário, a sua fiscalização.

Os valores arrecadados em tais eventos constituem doação e estão sujeitos aos limites legais e à emissão de recibos eleitorais, porém, antes de serem utilizados, devem ser depositados na conta bancária do comitê.

É importante ressaltar que os valores arrecadados também podem ser aplicados no mercado financeiro sendo os seus rendimentos considerados como receita de campanha.

2. PRINCÍPIOS CONSTITUCIONAIS

⁴ BRASIL. Lei n. 9.504, de 30 de set. de 1997. Art. 18, §1º. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19504.htm>. Acesso em: 20 out. 2014.

Os princípios são, dentre as formulações deontológicas de todo o sistema ético-jurídico, os mais importantes a serem considerados pelos aplicadores do Direito, uma vez que as normas jurídicas são regras que estão fundamentadas nos princípios⁵.

São considerados os princípios como "multifuncionais", classificados por Gomes Canotilho por uma ordem crescente de abstratividade em pelo menos três funções que podem ser apontadas aos princípios de direito em geral: função fundamentadora, por representar a base constitutiva do Estado; função orientadora da interpretação, uma vez que são eles que dão sentido às normas; função de fonte subsidiária, quando ao caso concreto não há regra aplicável.

Por estarem os princípios no grau mais alto do ordenamento jurídico pátrio, influenciam de forma plena e direta o conteúdo de qualquer norma, porém, exercem dentro do sistema normativo um papel diferente das regras. Estas, por descreverem fatos hipotéticos, possuem a nítida função de regular, direta ou indiretamente, as relações jurídicas que se enquadrem nas molduras típicas por elas descritas. Não é assim com os princípios, que são normas generalíssimas dentro do sistema.

Nesse aspecto, as regras jurídicas incidem no plano real, prático, e como devem respeitar os princípios, acabam por trazê-los de forma concreta sua aplicabilidade, indicando a eficácia plena dos princípios.

Para tanto, as leis infraconstitucionais como a referente à Lei das Eleições e à Lei dos Partidos Políticos, são normas em posição hierarquicamente inferior no sistema jurídico pátrio, vez que o sistema constitucional é fundado em princípios que devem ser respeitados, de tal modo que podem orientar o intérprete, quanto a sua aplicabilidade de modo a atendê-los e, da mesma forma, a precaver o legislador da eiva da inconstitucionalidade.

⁵ NUNES, Luiz Antônio Rizzatto. *O princípio constitucional da dignidade da pessoa humana: doutrina e jurisprudência*. São Paulo: Saraiva, 2002. p.19.

A análise da questão proposta apresenta os princípios democrático e republicano especial importância, visto que em hipótese alguma podem ser ignorados diante do pleito eleitoral de um Estado Democrático de Direito.

O princípio democrático está presente no sistema eleitoral representativo, em que cada eleitor elege, por meio de sufrágio universal periódico, seu representante que espelha o pluralismo político. Interessante notar que a forma de financiamento de campanha eleitoral está intimamente relacionado com tal princípio, como leciona Alice Kanaan⁶:

Pelo princípio democrático, os partidos políticos precisam buscar na sociedade os recursos financeiros como forma de propiciar, sem prejuízo a subvenção Estatal, ao cidadão a interatividade partidária, abrindo-se, assim, duas vertentes de financiamento, como temos hoje no Brasil: a pública e a privada como sistema de financiamento misto, por ser o modelo que melhor atende aos preceitos democráticos, e refletir: a) a opção pluralista, b) a garantia de liberdade política, c) a harmonia com grau de liberdade participativa conferido pelo sistema constitucional vigente e d) a eficácia à participação dos cidadãos no processo governamental.

O princípio republicano encontra-se insculpido no artigo 1º da Constituição Federal, que, desde a evolução constitucional de 1889, instaurou a República, como forma de governo, no seio do país, mantendo-a como princípio fundamental da ordem constitucional, *verbis*:

Art. 1º. A República Federativa do Brasil, formada pela união indissolúvel dos Estados e Municípios e do Distrito Federal, constitui-se em Estado Democrático de Direito e tem como fundamentos:
I – a soberania;
II – a cidadania;
III – a dignidade da pessoa humana;
IV – os valores sociais do trabalho e da livre iniciativa;
V – o pluralismo político.
Parágrafo único. Todo o poder emana do povo, que o exerce por meio de representantes eleitos ou diretamente, nos termos desta Constituição.

O princípio republicano, portanto, implica na necessária legitimidade popular com eleições periódicas por tempo determinado, ou seja, na temporariedade dos mandatos eletivos e na consequente não vitaliciedade dos cargos políticos.

⁶ FINANCIAMENTO de campanha eleitoral entre o público e o privado. In: RAMOS, Andre de Carvalho (Coord.). *Temas de direito eleitoral no século XXI*. Brasília: Escola Superior do Ministério Público da União, 2012, p. 309.

Nas palavras de Bresser-Pereira⁷, “o Estado republicano é um sistema de governo que conta com cidadãos engajados que participam do governo juntamente com políticos e servidores públicos”.

Desse modo, crucial a análise das formas de financiamento de campanhas eleitorais em conjunto com os princípios democráticos e republicanos, a fim de refletir a essência da democracia como regime político. Não olvidando do ditame constitucional que prevê a proteção a probidade administrativa, a moralidade para exercício de mandato considerada vida pregressa do candidato, e a normalidade e legitimidade das eleições contra a influência do poder econômico ou o abuso do exercício de função, cargo ou emprego na administração direta ou indireta⁸.

3. INFLUÊNCIA DO PODER ECONÔMICO

Conforme dizia Tomás de Aquino, nesse mundo não há ação sem finalidade. Desse modo, percebe-se que ninguém, pessoas físicas ou jurídicas, promove a doação de recursos expressivos, contribuindo para um financiamento de campanha, sem que se espere do eleito benefício, o donatário estar-se-á vinculado ao doador.

Assim sendo, observa-se um dos lados da corrupção, uma vez que a doação de campanha constitui verdadeiro investimento, quando por empresas privadas o retorno se corporifica por meio de favorecimento em licitações e contratos públicos, concessão de anistia e renúncias fiscais ou superfaturamento de bens e serviços contratados pelo Estado.

⁷ BRESSER-PEREIRA, Luiz Carlos. *Construindo o Estado Republicano: democracia e reforma da gestão pública*. Rio de Janeiro: FGV, 2009, p. 165.

⁸ BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil. Art. 14, §9º. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constitui%C3%A7ao.htm>. Acesso em: 20 out. 2014.

A relação direta entre os interesses daqueles que financiam as campanhas eleitorais e os candidatos a cargos políticos adquiriu lugar central na disputa eleitoral:

A arrecadação de fundos financeiros para custear campanhas eleitorais adquiriu um lugar central na competição eleitoral das democracias contemporâneas, com consequências para o equilíbrio da competição e geração de oportunidades responsáveis pela alimentação de redes de compromissos entre partidos, candidatos e financiadores privados, interessados no retorno de seu investimento, sob a forma de acesso a recursos públicos ou tratamento privilegiado em contratos ou regulamentação pública. Dessa forma, a conexão, – incremento nos custos de campanha eleitoral → arrecadação financeira → tratamento privilegiado aos investidores eleitorais nas decisões sobre fundos e políticas públicas passou a constituir fonte potencial para a geração de corrupção nas instituições públicas. De um lado, partidos e candidatos buscando fontes para sustentar caras campanhas eleitorais, e de outro, empresários de setores dependentes de decisões governamentais, como bancos e construção civil.⁹

Além dessa relação perniciosa direta entre pessoas jurídicas financiadoras (investidoras) e os eleitos, ressalta-se a não condição de cidadã das mesmas. Uma vez que cidadão é o detentor de direitos políticos, tal como preleciona José Afonso da Silva¹⁰, “a cidadania se adquire com a obtenção da qualidade de eleitor, que documentalmente se manifesta na posse do título de eleitor válido”.

Nesse sentido, a doação para campanhas ou partidos se insere no sistema integrado pelos direitos políticos, que são restritos ao cidadão: não se trata de direito individual, passível de ser estendido também às pessoas jurídicas. Uma vez que essas são entidades artificiais criadas pelo Direito para facilitar o tráfego jurídico e social, e não cidadãos, com a legítima pretensão de participarem do processo político-eleitoral.

Diante dessa constatação de que as pessoas jurídicas não possuem legitimidade para influenciar de forma direta nos pleitos eleitorais, principalmente por meio de financiamento milionários, vistos como investimento e fruto do completo desvirtuamento dos princípios democrático e republicano, o Conselho da Ordem dos Advogados do Brasil, propôs a Ação

⁹ MARENCO, André. “Financiamento de Campanhas Eleitorais”. In: Leonardo Avritzer, Newton Bignotto, Juarez Guimarães e Heloisa Maria Murgel Starling (Orgs.). *Corrupção: Ensaio e Críticas*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2008, p. 381.

¹⁰ SILVA, José Afonso da. *Curso de direito constitucional positivo*. 26. ed. rev. e atual. São Paulo: Malheiros, 2006, p. 347.

Direta de Inconstitucionalidade n. 4650, pendente de julgamento, a fim de que sejam declaradas inconstitucionais as possibilidades de doações financeiras por pessoas jurídicas.

O objeto da ADI n. 4650¹¹ se consubstancia em que:

(a) seja declarada a inconstitucionalidade parcial, sem redução de texto, do art. 24 da Lei 9.504/97, na parte em que autoriza, a contrario sensu, a doação por pessoas jurídicas a campanhas eleitorais, bem como a inconstitucionalidade do Parágrafo único do mesmo dispositivo, e do art. 81, caput e § 1º do referido diploma legal, atribuindo-se, em todos os casos, eficácia ex nunc à decisão; (b) seja declarada a inconstitucionalidade parcial, sem redução de texto, do art. 31 da Lei nº 9.096/95, na parte em que autoriza, a contrario sensu, a realização de doações por pessoas jurídicas a partidos políticos; e a inconstitucionalidade das expressões “ou pessoa jurídica”, constante no art. 38, inciso III, da mesma lei, e “e jurídicas”, inserida no art. 39, caput e § 5º do citado diploma legal, atribuindo-se, em todos os casos, eficácia ex nunc à decisão; (c) seja declarada a inconstitucionalidade, sem pronúncia de nulidade, do art. 23, § 1º, incisos I e II, da Lei 9.504/97, autorizando-se que tais preceitos mantenham a eficácia por mais 24 meses, a fim de se evitar a criação de uma “lacuna jurídica ameaçadora” na disciplina do limite às doações de campanha realizadas por pessoas naturais e ao uso de recursos próprios pelos candidatos nessas campanhas; (d) seja declarada a inconstitucionalidade, sem pronúncia de nulidade, do art. 39, § 5º, da Lei 9.096/95 - com exceção da expressão “e jurídicas”, contemplada no pedido “b”, supra - autorizando-se que tal preceito mantenha a eficácia por até 24 meses, a fim de se evitar a criação de uma “lacuna jurídica ameaçadora” na disciplina do limite às doações a partido político realizadas por pessoas naturais; (e) seja instado o Congresso Nacional a editar legislação que estabeleça (1) limite per capita uniforme para doações a campanha eleitoral ou a partido por pessoa natural, em patamar baixo o suficiente para não comprometer excessivamente a igualdade nas eleições, bem como (2) limite, com as mesmas características, para o uso de recursos próprios pelos candidatos em campanha eleitoral, no prazo de 18 meses, sob pena de, em não o fazendo, atribuir-se ao Tribunal Superior Eleitoral a competência para regular provisoriamente tal questão.

Em síntese, percebe-se que caso seja ultrapassada a ilegitimidade das pessoas jurídicas com base em construções jurídicas, ainda assim, princípios constitucionais são frontalmente atingidos, em especial o da isonomia, vez que todos devem ter iguais possibilidades de participar do processo político e de influenciar na formação da vontade coletiva.

Por esse viés, Sergei Medeiros Araújo¹²:

¹¹ BRASIL. Supremo Tribunal Federal. ADI n. 4650. Relator: Ministro Luiz Fux. Petição Inicial. Disponível em: <<http://redir.stf.jus.br/estfvisualizadorpub/jsp/consultarprocessoeletronico/ConsultarProcessoEletronico.jsf?seqobjetoincidente=4136819>>. Acesso em 20 out. 2014.

¹² RAMOS, André de Carvalho (Coord.). *Temas de direito eleitoral no século XXI*. Brasília: Escola Superior do Ministério Público da União, 2012, p. 334.

Isonomia não significa igualitarismo, e um tratamento diferenciado para os partidos já consagrados é justificável na medida das diferenças que os separam dos partidos sem expressão e importância para a formação da vontade popular. Em todo caso, o sistema não pode ser excludente, e alguma forma de auxílio público, em nome do princípio democrático e do pluralismo político, deve ser reservada aos partidos novos e menores.

Note-se que a expressão da isonomia político partidária possui espaço mitigado quando do financiamento eleitoral por pessoas jurídicas, visto que jamais farão doações para os novos partidos, os pequenos, os das minorias, posto que não haveria o retorno desejado quanto ao grau de influência esperado nas decisões legislativas e do executivo.

Ademais, o financiamento por pessoas jurídicas, traduz um retrocesso às práticas oligárquicas rechaçadas junto com o voto censitário, em que a influência econômica era institucionalizada, permitindo o direito ao voto àqueles com determinada condição financeira. Nesse sentido Ministro Dias Toffoli em voto proferido na ADI n. 4650¹³:

Nesse contexto, o financiamento eleitoral por pessoas jurídicas nada mais é do que uma reminiscência dessas práticas oligárquicas e da participação hipertrofiada do poder privado na nossa realidade eleitoral, em direta violação às cláusulas pétreas da Constituição de 1988, também chamada, convém lembrar, de “Carta Cidadã”. É preciso reconhecer, portanto, que o financiamento eleitoral por empresas privadas é um instrumento – senão o principal – de permanência da forte influência do poder econômico no nosso processo eleitoral, instrumento esse capaz de desvirtuar a democracia representativa e a participação cidadã.

Diante disso, configurada a afronta aos princípios democrático e republicano, visto que a soberania popular apenas existe na Carta Magna, visto que, em grande parte, apenas os mais abastados economicamente possuem representatividade política e, de fato, influenciam nas decisões da nação.

CONCLUSÃO

¹³ BRASIL. Supremo Tribunal Federal. ADI n. 4650. Relator: Ministro Luiz Fux. Voto do Ministro Dias Toffoli. Disponível em <http://www.stf.jus.br/arquivo/cms/noticiaNoticiaStf/anexo/ADI_4650__Voto_Min__Dias_Toffoli.pdf>. Acesso em 20 out. 2014.

Tanto o financiamento público quanto o privado possuem vantagens e desvantagens. O financiamento público pretende diminuir as desigualdades entre partidos e candidatos, permitindo espaços igualitários na produção de propaganda, mas podem provocar o engessamento das campanhas pela dependência do Estado e a possível quebra do orçamento público. Do mesmo modo, o financiamento privado aumenta ostensivamente os gastos com marketing político, criando a perigosa relação dinheiro/política, porém amplia a participação política dos cidadãos, vide a necessidade de angariar fundos junto aos eleitores.

No sistema misto atual brasileiro, a ampla possibilidade de realização de doações eleitorais, diretas ou indiretas, por pessoas jurídicas ou naturais, confere aos detentores do poder econômico a capacidade de converter este poder, de forma praticamente automática, em poder político, o que tende a perpetuar o quadro de desigualdade socioeconômica, favorecendo as mesmas elites de sempre.

Desse modo, um panorama político ideal seria aquele no qual o investimento privado fosse maior que o público (maior participação/ interesse popular nas questões políticas do país e menor aporte financeiro por parte do Estado que poderia destinar esse gasto em políticas públicas), porém isso somente seria possível na coexistência de políticas rígidas de fiscalização, em especial, face aos contratos públicos celebrados, principalmente, com empresas doadoras. Pois permitir doação eleitoral sem praticar uma política implacável contra a corrupção é o mesmo que aceitar que os partidos nasçam corruptos.

Note-se que modificar o modelo de financiamento de campanhas para público ou privado, não está sendo ventilado como melhor solução, pois considera-se o problema da corrupção é um mal maior, em que a garantia de eficácia e efetividade nas punições aos infratores deve estar em posição de destaque.

Por fim, salienta-se que o eleitor é o único legítimo detentor do sufrágio popular, assim sendo, flagrante a ilegitimidade de doações de pessoas jurídicas no processo eleitoral,

visto que não possuem direito de voto, bem como, por meio de interesses econômicos, contribuem para a corrupção no sistema político nacional em detrimento dos valores constitucionais compartilhados pela sociedade e inseridos na Constituição da República Federativa do Brasil.

REFERÊNCIAS

- BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constitui%C3%A7ao.htm>. Acesso em: 20 out. 2014.
- _____. Lei n. 9.096, de 19 de set. de 1995. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19096.htm>. Acesso em: 20 out. 2014.
- _____. Lei n. 9.504, de 30 de set. de 1997. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19504.htm>. Acesso em: 20 out. 2014.
- _____. Supremo Tribunal Federal. ADI n. 4650. Relator: Ministro Luiz Fux. Petição Inicial. Disponível em: <<http://redir.stf.jus.br/estfvisualizadorpub/jsp/consultarprocessoeletronico/ConsultarProcessoEletronico.jsf?seqobjetoincidente=4136819>>. Acesso em 20 out. 2014.
- _____. Supremo Tribunal Federal. ADI n. 4650. Relator: Ministro Luiz Fux. Voto do Ministro Dias Toffoli. Disponível em <http://www.stf.jus.br/arquivo/cms/noticiaNoticiaStf/anexo/ADI_4650__Voto_Min__Dias_Toffoli.pdf>. Acesso em 20 out. 2014.
- BRESSER-PEREIRA, Luiz Carlos. *Construindo o Estado Republicano: democracia e reforma da gestão pública*. Rio de Janeiro: FGV, 2009.
- CAMPANHA ELEITORAL: Financiamento de campanhas. Disponível em: <<http://www.justicaeleitoral.jus.br/arquivos/campanha-eleitoral-financiamento-de-campanhas-roteiros-eje>>. Acesso em: 10 out. 2014.
- RAMOS, André de Carvalho (Coord.). *Temas de direito eleitoral no século XXI*. Brasília: ESCOLA SUPERIOR DO MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO, 2012.
- GOMES, José Jairo. *Direito Eleitoral*. 9ª ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Atlas, 2013.
- MARENCO, André. *Financiamento de Campanhas Eleitorais*. In: Leonardo Avritzer, Newton Bignotto, Juarez Guimarães e Heloisa Maria Murgel Starling (Orgs.). *Corrupção: Ensaio e Críticas*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2008.

MORAES, Marcos Ramayana Blum de. *Direito eleitoral*. 13. ed. Niterói: Impetus, 2012.

NEISSER, Fernando Gaspar. *Financiamento eleitoral e corrupção: limites do atual modelo de controle*. In: TORRE, Ignacio Berdugo Gomez de la; BECHARA, Ana Elisa Liberatore Silva (Coord.). *Estudios sobre la corrupción: una reflexión hispano brasileña*. Salamanca: Universidad de Salamanca, 2013.

NUNES, Luiz Antônio Rizzatto. *O princípio constitucional da dignidade da pessoa humana: doutrina e jurisprudência*. São Paulo: Saraiva, 2002.

SILVA, José Afonso da. *Curso de direito constitucional positivo*. 26. ed. rev. e atual. São Paulo: Malheiros, 2006