



UNIVERSIDADE FEDERAL DA FRONTEIRA SUL
CAMPUS ERECHIM
LICENCIATURA EM CIÊNCIAS SOCIAIS

MARINA SCAPINI

MULHERES NA POLÍTICA GAÚCHA:
O FINANCIAMENTO DE CAMPANHAS E O SUCESSO ELEITORAL

ERECHIM
2016

MARINA SCAPINI

**MULHERES NA POLÍTICA GAÚCHA:
O FINANCIAMENTO DE CAMPANHAS E O SUCESSO ELEITORAL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito para a obtenção do título de Licenciada em Ciências Sociais pela Universidade Federal da Fronteira Sul.

Orientador: Prof. Dr. Maurício Michel Rebello

ERECHIM
2016

DGI/DGCI - Divisão de Gestão de Conhecimento e Inovação

Scapini, Marina

Mulheres na Política Gaúcha: O Financiamento de Campanhas e o Sucesso Eleitoral/ Marina Scapini. -- 2016.

46 f.:il.

Orientador: Maurício Michel Rebello.

Trabalho de conclusão de curso (graduação) - Universidade Federal da Fronteira Sul, Curso de Ciências Sociais , Erechim, RS , 2016.

1. Gênero. 2. Representação. 3. Eleição. 4. Financiamento de campanha. 5. Participação política. I. Rebello, Maurício Michel, orient. II. Universidade Federal da Fronteira Sul. III. Título.

MARINA SCAPINI

**MULHERES NA POLÍTICA GAÚCHA:
O FINANCIAMENTO DE CAMPANHAS E O SUCESSO ELEITORAL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito para a obtenção do título de Licenciada em Ciências Sociais pela Universidade Federal da Fronteira Sul.

Orientador: Prof. Dr. Maurício Michel Rebello

Aprovado em: ____/____/____

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Dr. Maurício Michel Rebello – UFFS

Prof. Dr. Gustavo Giora – UFFS

Prof.^a. Me. Isis Oliveira Bastos Matos – UFFS

RESUMO

Este trabalho tem por objetivo estudar o papel do financiamento de campanha para candidatas ao cargo de Deputada Estadual do Rio Grande do Sul no ano de 2014. Para isso, começamos analisando a literatura acerca da participação da mulher na política e os fatores que podem nos ajudar a compreender sua baixa representação em todos os âmbitos da política formal brasileira; para, depois, discutirmos os principais pontos a respeito da importância dos recursos financeiros para o sucesso eleitoral dos candidatos. A pesquisa, através da análise do financiamento de cada um dos 668 candidatos, 471 homens e 197 mulheres mostrou que as candidatas mulheres, em geral, recebem menos doações para suas campanhas do que candidatos homens, gerando impactos negativos na sua capacidade de conseguir votos, possivelmente influenciando a baixa representatividade de mulheres na política.

Palavras-chave: Gênero. Representação. Financiamento de campanha. Eleições. Participação política.

ABSTRACT

This work aims to study the role of campaign funding for candidates to the state deputy of Rio Grande do Sul in the year 2014. Therefore, we begin analyzing the literature on women's participation in politics and the factors that can help us understand their low representation in all spheres of the Brazilian politics, in order to discuss the main points on the importance of financial resources for the candidates' electoral success. The research, by analyzing the financing of each of the 668 candidates, 471 men and 197 women, showed that women candidates at large receive less donations for their campaigns than their male counterparts, generating negative impacts on their ability to get votes, much likely influencing the low representation of women in politics.

Keywords: Gender. Representation. Campaign funding. Elections. Political participation.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1	Relação financiamento x votos.....	33
Gráfico 2	Financiamento x votos entre homens e mulheres.....	35
Gráfico 3	Relação financiamento x votos x eleição.....	36
Gráfico 4	Relação financiamento x votos x eleição – mulheres.....	37

LISTA DE TABELAS

Tabela 1	Partidos e coligações.....	28
Tabela 2	Partidos e coligações – gênero.....	29
Tabela 3	Distribuição por sexo dos candidatos eleitos.....	30
Tabela 4	Correlação entre doações e votos.....	33
Tabela 5	Estatísticas – financiamento.....	34
Tabela 6	Estatísticas – votos obtidos.....	35
Tabela 7	Custo por voto.....	38

LISTA DE SIGLAS

DEM – Democratas
PC do B – Partido Comunista do Brasil
PCB – Partido Comunista Brasileiro
PDT – Partido Democrático Trabalhista
PEN – Partido Ecológico Nacional
PHS – Partido Humanista da Solidariedade
PMDB – Partido do Movimento Democrático Brasileiro
PMN – Partido da Mobilização Nacional
PP – Partido Progressista
PPL – Partido Pátria Livre
PPS – Partido Popular Socialista
PR – Partido da República
PRB – Partido Republicano Brasileiro
PROS – Partido Republicano da Ordem Social
PRP – Partido Republicano Progressista
PRTB – Partido Renovador Trabalhista Brasileiro
PSB – Partido Socialista Brasileiro
PSC – Partido Social Cristão
PSD – Partido Social Democrático
PSDB – Partido da Social Democracia Brasileira
PSDC – Partido Social Democrata Cristão
PSL – Partido Social Liberal
PSOL – Partido Socialismo e Liberdade
PSTU – Partido Socialista dos Trabalhadores Unificado
PT – Partido dos Trabalhadores
PT do B – Partido Trabalhista do Brasil
PTB – Partido Trabalhista Brasileiro
PTC – Partido Trabalhista Cristão
PV – Partido Verde
SD – Solidariedade

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	10
1.1	Objetivo geral.....	12
1.1.1	Objetivos específicos.....	12
1.2	Hipóteses.....	13
1.3	Metodologia.....	13
1.4	Estrutura do trabalho.....	14
2	REVISÃO TEÓRICA.....	15
2.1	A política de cotas.....	19
2.2	Uma questão de gênero: mulheres e o financiamento de campanha.....	22
3	AS ELEIÇÕES PARA DEPUTADO ESTADUAL.....	28
3.1	A prestação de contas nas eleições de 2014.....	31
3.2	Financiamento x votos: o impacto do dinheiro na eleição.....	32
4	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	40
5	REFERÊNCIAS.....	41

1 INTRODUÇÃO

A luta das mulheres pelo direito de votar e serem votadas atravessou os séculos XIX e XX, e, desde então, cada vez mais se tem discutido os condicionantes para a baixa representação feminina na esfera política. Entre os motivos apresentados pela literatura (ARAÚJO, 2006; DAHLERUP, 2003; LOVENDUSKI; NORRIS, 2003), se encontram os fatores históricos, que teriam impacto negativo na presença e participação de mulheres em instituições políticas, em virtude do longo processo de exclusão política a qual as mulheres foram submetidas. Um segundo motivo apontado está ligado à esfera cultural da sociedade, buscando as razões para a sub-representação feminina na política por meio dos valores e do papel da religião de determinado país, que moldariam as percepções dos cidadãos a respeito dos lugares destinados a cada gênero na sociedade. Uma terceira explicação para o fenômeno está ligada ao nível de desenvolvimento socioeconômico do país; enquanto uma quarta explicação observa no desenho do sistema político em questão – incluídos, aí, o sistema de representação, o sistema partidário e o sistema eleitoral (ARAÚJO, 2006) -, um fator determinante para a baixa ou alta participação feminina nos espaços de decisões da política.

De fato, nenhum desses elementos pode ser analisado isoladamente, assim como os seus resultados serão diversos conforme o país estudado. Por exemplo, no Brasil, mesmo com a política de cotas, apenas 9,9% das cadeiras das Câmaras de Deputados são ocupadas por mulheres – o que corresponde a 51 cadeiras em um total de 513 -; enquanto no Senado esse número chega a 16%, com 13 das 81 cadeiras ocupadas por mulheres. Esses números colocam o Brasil na 118ª posição, em um *ranking* de 190 países¹, evidenciando a baixa representação de mulheres no espaço político, já que elas constituem 51,3% da população brasileira.

Nas eleições de 2014, o número total de candidatas mulheres aptas que concorreram ao pleito em todos os níveis, alcançou 28,62% do total, marcando um sensível aumento com relação ao pleito de 2010, que teve 22,43% de candidaturas de mulheres (BRASIL, 2014). Quanto ao desempenho eleitoral, em números gerais, as mulheres permaneceram pouco representadas, com 9,9% de mulheres eleitas para a Câmara e 16% do total de cadeiras do Senado (BRASIL, 2014).

As informações acima sinalizam na direção de outras barreiras existentes no sistema político que dificultam o sucesso eleitoral dessas candidatas, tal como o financiamento de

¹Segundo dados disponíveis em: <http://www.ipu.org/wmn-e/arc/classif010915.htm>. Acesso em: 31 mai. 2016.

campanha, que pode funcionar como mais um obstáculo que impede o aumento na proporção de mulheres no poder político.

A relação entre democracia representativa e financiamento de campanha, assim, se coloca no centro da discussão acerca da relação entre o Poder Público e os interesses privados. Por isso, o tema possui vínculo direto com as eleições, principal forma de participação política da grande maioria do eleitorado, e as suas escolhas também estão de certa forma relacionadas pelo volume do investimento em determinado candidato. A discussão em torno do financiamento eleitoral estabelece um conjunto de questões sobre os processos eleitorais, como a importância de uma competição mais igualitária entre os candidatos, garantindo o pluralismo de representação, e a distribuição ou concentração de recursos entre os candidatos.

O financiamento privado de campanhas possui grande respaldo no Brasil, em especial devido ao volume de investimento eleitoral, que é grande, assim como pela natureza do financiamento, em grande parte advindo de empresas privadas de grande porte que, nas eleições de 2010, chegou ao montante de 3 bilhões de reais (MANCUSO, 2015).

Considerar a importância do financiamento de campanha ao se analisar o desempenho eleitoral de candidatos se justifica a partir da ideia de que há, de fato, associação positiva e significativa entre arrecadação, gasto eleitoral e desempenho eleitoral ou número de votos (MANCUSO, 2015; SAMUELS, 2001), pois candidatos mais financiados recebem mais recursos para investir em atividades essenciais para a campanha, orientadas no sentido da obtenção de votos, como publicidade, contratação de pessoal de campanha, transporte e deslocamento, entre outros.

Enquanto os recursos arrecadados para candidaturas possuem, no geral, associação positiva com o desempenho eleitoral, no que diz respeito às candidaturas de mulheres, esses recursos são ainda mais importantes, influenciando mais no desempenho eleitoral do que entre os candidatos homens (SACCHET; SPECK, 2012).

A teoria demonstra que há, de fato, uma grande diferença entre o financiamento das candidaturas de mulheres, contribuindo para a sua sub-representação em todos os níveis do cenário político nacional. Entre as diversas razões encontradas pela literatura para esse fenômeno, se destacam a hipótese de desfavorecimento financeiro das mulheres na vida privada, tendo reflexos na capacidade de angariar recursos para suas campanhas; a ideia de que as mulheres têm mais dificuldades para acessar certas redes sociais e políticas – ainda mais quando analisamos o impacto dos recursos oriundos de empresas para as candidaturas; e o baixo apoio que as mulheres recebem de doadores da iniciativa privada (SACCHET; SPECK, 2012).

No Brasil, desde 1993 todos os candidatos são obrigados, por determinação da legislação eleitoral, a apresentarem uma prestação de contas das contribuições que receberam em suas campanhas (SAMUELS, 2006). As eleições são uma prerrogativa dos modelos democráticos, junto com as características definidas por Dahl (2012), enquanto garantias institucionais necessárias, de liberdades de associação e expressão, elegibilidade, competição eleitoral, contestação, competição, participação e, entre outras, a inclusão. Portanto, a competição eleitoral torna-se central no processo democrático-representativo, situação que coloca como relevante a necessidade de recursos financeiros para o desenvolvimento da própria campanha, visando conquistar votos suficientes para a vitória nas eleições.

O êxito no processo eleitoral possibilita acesso a cargos centrais na definição de ações de governo e na execução de uma série de políticas públicas com o objetivo de atender demandas da sociedade ou de grupos sociais específicos, por decorrência, ganha relevância a discussão em torno das condições nas quais ocorre a disputa eleitoral, levando em conta se a competição ocorre de forma equânime entre os candidatos ou não e, por consequência, se as correntes políticas em disputa possuem possibilidades similares para conquistar votos.

Dada a importância da arrecadação do candidato para o sucesso de sua candidatura, é relevante a discussão acerca dos condicionantes que podem atuar de forma a minimizar o sucesso eleitoral de mulheres, assim como os prováveis impactos advindos de tal situação, como a sub-representação feminina na política brasileira, mesmo com política de cotas.

1.1 Objetivo geral

- Verificar o impacto do financiamento de campanha na presença feminina na Assembleia Legislativa do Rio Grande do Sul.

1.1.1 Objetivos específicos

- Estudar o desenvolvimento das discussões de gênero e representação no feminismo;
- Analisar os aspectos teóricos do financiamento de campanha;
- Examinar o total de recursos recebidos por cada candidato e o número de votos obtidos;

- Comparar os recursos financeiros e número de votos entre candidatos homens e candidatas mulheres.

1.2 Hipóteses

Nosso trabalho, por meio de embasamento teórico e análise de dados quantitativos, visa responder às questões aqui levantadas, analisando o impacto que os fatores acima possuem na capacidade de levantar recursos financeiros para o andamento das campanhas políticas, a partir dos dados disponibilizados sobre a eleição de 2014 para Deputado Estadual no estado do Rio Grande do Sul.

A Hipótese H1 para o trabalho é de que o volume financeiro arrecadado pelas mulheres em campanhas eleitorais para a Assembleia Legislativa, comparativamente aos homens, é menor. Devido aos problemas que as mulheres enfrentam para arrecadar recursos privados para suas campanhas, seu desempenho eleitoral acaba ficando prejudicado, em virtude da importância dos recursos financeiros para fazer com que a agenda do candidato chegue até o eleitorado, diminuindo sua presença na Assembleia Legislativa.

Como Hipótese Nula, considera-se que não há diferença observável entre o montante arrecadado pelas candidatas mulheres com relação aos homens, de modo que o financiamento de campanha não possui impacto na presença feminina na Assembleia Legislativa.

1.3 Metodologia

Para procurar responder ao problema apresentado, a pesquisa se desenha em três momentos (MARCONI; LAKATOS, 2010). O primeiro momento se relaciona com uma pesquisa exploratória e de familiarização com o problema que se pretende responder, onde se busca a caracterização inicial do problema e seus principais elementos segundo a literatura especializada.

A segunda fase está ligada à elaboração do referencial teórico, e tem por objetivo a ampliação da discussão sobre o tema da pesquisa, por meio de aporte teórico, buscando estabelecer relações entre o objeto da pesquisa e os estudos já realizados.

A terceira fase da pesquisa é a pesquisa aplicada, propriamente dita, onde se pretende investigar o tema, oferecendo o instrumental necessário para rejeitar ou aceitar uma

das hipóteses elaboradas no início da pesquisa. O estudo possui caráter quantitativo, com o uso dos dados disponibilizados pelo Tribunal Superior Eleitoral; compreendendo o total de 668 candidatos considerados aptos pelo Tribunal, que concorriam a Deputado Estadual no Rio Grande do Sul em 2014. Desses, 471 candidatos eram homens e 197 mulheres.

Para a análise, o total arrecadado por cada um dos candidatos será coletado, e será feita uma comparação entre o montante recebido por homens e mulheres, bem como o número de votos que cada candidato recebeu, buscando verificar a validade da hipótese elaborada no trabalho.

1.4 Estrutura do trabalho

Nosso trabalho se estrutura em três partes: em um primeiro momento trataremos da revisão teórica, discutindo os principais elementos que abrangem as discussões acerca de gênero, política de cotas e financiamento de campanha. A segunda parte é dedicada à análise do financiamento de campanha para deputado estadual do Rio Grande do Sul em 2014, relacionando as doações recebidas pelos candidatos e o impacto dessas no sucesso eleitoral de candidatos homens e mulheres. A terceira parte apresenta as conclusões do trabalho.

2 REVISÃO TEÓRICA

Autonomia, igualdade e liberdade estão presentes no ideário da maioria das sociedades liberais e democráticas modernas; servindo como instrumento para a legitimação de direitos jurídicos e políticos (MIRANDA, 2010). Todavia, desde o início da sociedade civil, diversos grupos sociais, entre eles movimentos de mulheres, têm apontado os limites e os desafios da democracia liberal, colocando em evidência as incongruências de uma organização social que se apoia no princípio da igualdade de direitos, porém tem excluído uma grande parte da sociedade da participação ativa na cidadania, levando à organização de grupos de interesse, focados na reivindicação de direitos políticos, civis e sociais.

Enquanto movimento plural, que engloba em seu cerne diversas premissas e bases teóricas (KYMLICKA, 2006), pode-se analisar o movimento feminista a partir de duas grandes ondas (TOREJANI; BATISTA, 2010). A primeira onda faz alusão ao movimento sufragista, que buscava o direito ao voto para as mulheres, que, no Brasil, iniciou em 1890, com a Proclamação da República, sendo instituído a partir do Decreto nº 21.076 de 24 de fevereiro de 1932 – não sem que houvesse muita luta por parte dos movimentos organizados de mulheres pelo país (KARAWEJCZYK, 2013). Essa luta acabou por aglutinar, posteriormente, outras reivindicações, como o direito à educação, condições mais dignas de trabalho, exercício da docência, entre outros.

A segunda onda do movimento feminista aconteceu, nos países ocidentais, entre as décadas de 60 e 70, concomitantemente com movimentos de contestação de cunho político e social que ocorrem na Europa, tendo seu ápice em maio de 1968. Nessa fase, “há um desenvolvimento sistemático de estudos e pesquisas que objetivavam, além de denunciar, compreender e explicar a subordinação social a invisibilidade política a que as mulheres haviam sido historicamente submetidas” (TOREJANI; BATISTA, 2010, p. 58).

No Brasil, o movimento feminista, no que pese a influência das experiências europeias e norte-americanas, foi marcado de forma significativa pela contestação da ordem política vigente no país, a partir do golpe militar de 1964 (SARTI, 2004); com uma parte expressiva dos grupos feministas articulados com organizações de influência marxista, e comprometidos com a oposição à ditadura militar, muitas vezes através de luta armada.

A presença de mulheres nesses grupos representava não apenas a luta contra a ordem política vigente, mas também o rompimento com os tradicionais papéis de gênero que definiam e guiavam o que deveria ser o comportamento feminino (SARTI, 2004). Mesmo com a ausência de uma proposta deliberadamente feminista, as militantes negavam o espaço

tradicional da mulher, assumindo um comportamento “de homem”, colocando em questão a virgindade, a instituição do casamento e pegando em armas. O contexto da época contribuiu para o “caráter radical” (SARTI, 2004, p. 37) do movimento feminista brasileiro, que contestou não somente as relações de poder observadas entre homens e mulheres, mas também relacionando essas relações com a própria estrutura de classes da sociedade.

Na Europa e Estados Unidos, os movimentos feministas, analisando a estrutura da sociedade ocidental, deixavam à mostra aspectos mais subjetivos das relações entre homens e mulheres, indicando a necessidade de expandir os estudos a respeito dessas relações sociais e de gênero, e demonstrar a posição de inferioridade legada à mulher. Com isso, começam a ser desenvolvidas teorias a respeito de gênero (LOURO, 2013).

O termo “gênero” gera inúmeros debates no feminismo, tendo, ao longo dos anos, passado por diversas mudanças estruturais e de significado. A busca, pelo feminismo, da inclusão, na Academia, das relações sexuais e sociais, pensadas de forma dinâmica, demonstrando a necessidade de uma produção acadêmica capaz de problematizar as relações entre os sexos, isto é, de pensar as relações sociais através de uma perspectiva feminina (RAGO, 1998), desenvolveu linhas de pesquisa dedicadas aos estudos feministas nas universidades, mais tarde incluindo, também, estudos nas áreas de sexualidade, entre outras temáticas.

A partir dos anos 1980, no Brasil, o movimento de mulheres passa a ser uma força política e social consolidada, com a formação de um discurso feminista com ênfase nas relações de gênero (SARTI, 2004), como consequência da atuação de suas porta-vozes e do processo de modernização e de amadurecimento da sociedade brasileira. Aos poucos, o movimento feminista adentrou associações profissionais, partidos, sindicatos, entre outros, reforçando a noção da mulher como sujeito social e político, destacando as desigualdades entre homens e mulheres e a inferioridade da mulher expressada nas relações de gênero.

É através das feministas anglo-saxãs que *gender* passa a ser usado como distinto de *sex*. Visando “rejeitar um determinismo biológico implícito no uso de termos como sexo ou diferença sexual”, elas desejam acentuar, através da linguagem, “o caráter fundamentalmente social das distinções baseadas no sexo” (SCOTT, 1995, p. 72). O conceito serve, assim, como uma ferramenta analítica que é, ao mesmo tempo, uma ferramenta política.

Nesse sentido, as primeiras teorizações sobre gênero faziam uma separação distinta entre gênero e sexo, quer dizer, gênero representava algo socialmente construído e comportamental, enquanto sexo seria dado biologicamente, a partir dos órgãos sexuais (NICHOLSON, 1994). Sexo e gênero, nessa perspectiva, seriam conceitos antagônicos e

distintos: enquanto o sexo fosse determinado biologicamente, gênero seriam todas as representações do que significa ser homem ou ser mulher em uma dada sociedade.

Em contrapartida, gênero tem cada vez mais aparecido como uma referência a qualquer construção social que diga respeito à distinção masculino/feminino, inclusive as construções que separam os corpos em “femininos” e “masculinos” (NICHOLSON, 1994). Nessa interpretação, a sociedade formaria não apenas os comportamentos e as personalidades, mas também a própria maneira como o corpo aparece:

gênero é a organização social da diferença sexual. Mas isso não significa que o gênero reflita ou produza diferenças físicas fixas e naturais entre mulheres e homens; mais propriamente, o gênero é o conhecimento que estabelece significados para diferenças corporais (...). Não podemos ver as diferenças sexuais a não ser como uma função de nosso conhecimento sobre o corpo, e esse conhecimento não é puro, não pode ser isolado de sua implicação num amplo espectro de contextos discursivos (SCOTT, 1988 apud NICHOLSON, 1994, p. 54).

Dessa forma, se a percepção que se tem do próprio corpo é construída socialmente, a noção de “sexo” não pode ser vista de forma independente de “gênero”, já que ambos são categorias definidas conforme as relações sociais e culturais.

Por esse entendimento, gênero tem sido, cada vez mais, utilizado para se referir a toda a construção social das diferenças e da hierarquia entre as definições de masculino e feminino, assim como as construções que separam os corpos em machos/fêmeas. Essas construções são responsáveis pela desigualdade entre homens e mulheres, fortalecendo uma ideologia de dominação masculina; com isso, as diferenças entre os sexos encontram reflexos tanto no ambiente privado como no espaço público (PRÁ, 2013). Tal compreensão permite a percepção de diferenças históricas e culturais tanto no que se refere aos padrões culturais e personalidades dos sujeitos quanto na compreensão do corpo e da sexualidade, e das significações sociais sobre o que é ser um homem ou uma mulher, pois

[...] potencializa-se a utilização do gênero na análise da sociedade como um todo, não apenas no que se refere às mulheres, ao parentesco e à sexualidade, mas também à dimensão econômica e política e às vidas dos homens tanto quanto das mulheres (CARVALHO, 2011, p. 92).

A maneira como homens e mulheres se comportam em sociedade corresponde a um intenso aprendizado sociocultural que nos ensina a agir conforme as prescrições de cada gênero e segundo cada contexto social (MORENO, 1999). Há uma expectativa social em relação à

maneira como mulheres e homens devem se comportar na família, no trabalho, no lazer, na vida amorosa e em outras situações da vida cotidiana.

Tais comportamentos são elaborados a partir da cultura, não havendo, dessa forma, um padrão universal para comportamento sexual ou de gênero que seja considerado normal, certo, superior ou melhor: é a cultura que constrói o gênero, identificando e classificando determinadas atividades como atividades masculinas ou atividades femininas (MEAD, 2000).

Ao pensar as relações de gênero – aí incluído os papéis e as percepções relacionadas a cada um dos gêneros -, é na análise da dimensão política que o movimento feminista irá estudar a divisão público/privado, que serviria para justificar o domínio masculino em áreas importantes da sociedade, como a política, relegando às mulheres a esfera privada, o cuidado com os filhos e com o espaço doméstico (GUGLIANO; ORSATO, 2012).

Broadly, the analysis based on the dichotomy private sphere/public sphere may be considered a major contribution by the feminist perspective to the critique of liberal democracy. Its interest lies in its contribution to understanding women political exclusion as a public matter [...] as caused by concrete social conditions related to the power relations disseminated in society (GUGLIANO; ORSATO, 2012, p. 95).

Essas relações de poder, ao inserirem a divisão entre os sexos a partir das noções de espaços público e privado (BOURDIEU, 2002; KYMLICKA, 2006), fazem parte de uma forma mais profunda de ordenamento do organismo social; a dicotomia público/privado para explicar o pertencimento dos agentes nos campos sociais segue a noção das divisões alto/baixo, acima/abaixo, na frente/atrás, etc., divide as coisas e as atividades a partir da oposição entre o masculino e o feminino (BOURDIEU, 2002). Tais oposições, por vezes, são vistas como de ordem “natural” ou “biológica”, usadas para descrever os espaços sociais mais apropriados para cada gênero, entre eles, a política.

Enquanto que “as relações de gênero são legitimadas por valores, símbolos, normas e instituições, geram subalternidades e são sustentadas pela cultura e por padrões de socialização” (PRÁ, 2013, p. 22-23), o estudo da organização da sociedade por meio do ponto de vista do gênero possibilita mais clareza com relação aos desafios que homens e mulheres podem enfrentar, ao ocupar espaços e adotar comportamentos que não correspondem com a identidade social e política do seu gênero.

Por muito tempo deixadas de fora de decisões políticas, é durante a primeira metade do século XX que as mulheres conquistam, lentamente, o direito de votar e de serem votadas. Todavia, isso não significou um aumento da entrada de mulheres na política; pelo contrário,

seriam necessárias convenções internacionais, declarações e planos de ação que encorajassem participação feminina mais ampla na esfera política (MATEO-DIAZ, 2006), ainda que em muitos países, como o Brasil, a disparidade entre homens e mulheres em cargos políticos seja grande.

Essa disparidade é tratada, em geral, em duas frentes: como um problema essencialmente político, onde a presença de ações afirmativas como cotas ou mudanças no sistema eleitoral é suficiente para dar conta do assunto; ou como um problema de caráter mais geral, segundo o qual a desigualdade entre homens e mulheres permeia toda a sociedade, fazendo da sub-representatividade política um reflexo da estrutura socioeconômica (MATEO-DIAZ, 2006).

Como uma forma de lidar com o problema da sub-representatividade a partir do ponto de vista do sistema político, Lovenduski (1993 apud MATEO-DIAZ, 2006) estabelece três categorias de ação possíveis: **estratégias retóricas**, mudanças no discurso do partido, reforçando a necessidade de equilíbrio social na chapa eleitoral; **programas de ação afirmativa**, incentivo dos candidatos através de sessões de treinamento, aconselhamento e assistência financeira; e **estratégias de discriminação positiva**, defendendo cotas obrigatórias para a seleção de determinados grupos sociais.

Em resumo, ações afirmativas ou discriminações positivas são reputadas como políticas públicas por sua conexão com a legalização de instrumentos e mecanismos capazes de interferir na dinâmica social de forma a possibilitar o acesso de grupos sociais historicamente excluídos aos âmbitos social, econômico e político.

2.1 A política de cotas

Com esse objetivo, surge, em agosto de 1993, a primeira proposta de cotas para a candidatura de mulheres em cargos políticos. Através de Projeto de Lei de autoria da então Deputada Marta Suplicy (PT/SP) e assinado por outras trinta Deputadas, a proposta era a reserva de cota mínima de 30% para as candidaturas de mulheres, sugerindo, também, a inclusão desse dispositivo permanente no Código Eleitoral (BRUNETTA, 2005).

As discussões acerca do Projeto persistiram no Senado e na Câmara por dois anos, até ser sancionada a Lei nº 9.100/95 que definiria as normas para a realização do pleito eleitoral municipal de 1996, estabelecendo, pela primeira vez no Brasil, cotas para mulheres nos cargos legislativos:

Art. 11. Cada partido ou coligação poderá registrar candidatos para a Câmara Municipal até cento e vinte por cento do número de lugares a preencher.

[...]

§ 3º Vinte por cento, no mínimo, das vagas de cada partido ou coligação deverão ser preenchidas por candidaturas de mulheres (BRASIL, 1995).

Subsequentemente, a Lei nº 9.504 de 1997, que regulamentava as eleições de outubro de 1998, trouxe algumas alterações a respeito das reservas de vagas, com o objetivo de sanar dúvidas e acabar com interpretações equivocadas da lei por partidos e políticos (BRUNETTA, 2005):

Art. 10. Cada partido poderá registrar candidatos para a Câmara dos Deputados, Câmaras Legislativas, Assembleias Legislativas e Câmaras Municipais, até cento e cinquenta por cento do número de lugares a preencher.

[...]

§ 3º Do número de vagas resultante das regras previstas neste artigo, cada partido ou coligação deverá **reservar** o mínimo de trinta por cento e o máximo de setenta por cento para candidaturas de cada sexo.

[...]

Disposições transitórias

Art. 80. Nas eleições a serem realizadas no ano de 1998, cada partido ou coligação deverá reservar, para candidatos de cada sexo, no mínimo, vinte e cinco por cento e, no máximo, setenta e cinco por cento do número de candidaturas que puder registrar (BRASIL, 1997, grifo nosso).

Com isso, a lei reforçou a permanência da política de cotas para as eleições proporcionais, com um aumento de 5% nas candidaturas já no pleito de 1998; enquanto sinalizava para o aumento de 10% no valor das cotas para as eleições realizadas em 2000, resultando na taxa de 30% das candidaturas por sexo. Todavia, cabe salientar que a lei não previa sanções ou qualquer tipo de punição em caso de não preenchimento dessas vagas: o partido ou coligação apenas não poderia colocar outro candidato na vaga.

A aprovação da lei estimulou debates e reflexões acerca da participação de mulheres em espaços de poder (GROSSI; MIGUEL, 2001), tendo crescido consideravelmente o número de seminários e encontros com a proposta de capacitar as mulheres para a disputa eleitoral.

A política de cotas possui, de maneira ampla, duas avaliações apontadas pela literatura (GROSSI; MIGUEL, 2001): a primeira ideia é de que o sistema de cotas para mulheres estaria forçando os partidos a investir em estratégias para aumentar a participação feminina na política, influenciando, também, a reflexão acerca do tema em toda a sociedade brasileira. A segunda perspectiva, apontada por Grossi e Miguel (2001), sinaliza que a política de cotas falhou em seu principal objetivo, o de eleger mais mulheres.

Em 2009, a redação da Lei nº 9.504/97 foi alterada pela Lei nº 12.034 de setembro de 2009:

Art. 10 [...]§ 3º Do número de vagas resultante das regras previstas neste artigo, cada partido ou coligação **preencherá** o mínimo de 30% (trinta por cento) e o máximo de 70% (setenta por cento) para candidaturas de cada sexo (BRASIL, 2009, grifo nosso).

Conforme essa alteração, os partidos ou coligações, ao contrário de apenas reservar os trinta por cento de vagas destinadas a um dos sexos, foram obrigados a preenchê-las.

Outra inovação da lei foi a obrigação dos partidos e coligações de destinar 5% do Fundo Partidário para a criação e manutenção de programas que visem a participação política das mulheres, reservando, também, pelo menos 10% do tempo de propaganda partidária para promover e difundir a participação de mulheres na política:

Art. 44 [...]

V – na criação e manutenção de programas de promoção e difusão da participação política das mulheres conforme percentual que será fixado pelo órgão nacional de direção partidária, observado o mínimo de 5% (cinco por cento) do total.

Art. 45 [...]

IV – promover e difundir a participação política feminina, dedicando às mulheres o tempo que será fixado pelo órgão nacional de direção partidária, observado o mínimo de 10% (dez por cento) (BRASIL, 2009).

Mesmo assim, a lei – que não traz punição alguma para os partidos e coligações que não cumprirem o estabelecido – não foi o suficiente para obrigar os partidos e coligações a respeitar o disposto na redação, sendo somente a partir das eleições municipais de 2012 que a lei passa a valer, por meio da manifestação do Ministério Público (BRASIL, 2014) e da Resolução nº 23.373/11 do TSE, cuja redação mais coercitiva deixou claro que os partidos ou coligações que não cumprirem o percentual mínimo de 30% reservado a um dos sexos teriam indeferido o registro de candidatura de toda chapa ou coligação.

A fiscalização do Ministério Público surtiu efeito, fazendo com que o número de candidaturas para o cargo de vereadora alcançasse média de 37% de candidaturas femininas e 12,03% de mulheres prefeitas eleitas no país.

Nas eleições de 2014, a política de cotas teve novamente fiscalização do Ministério Público e Tribunal Superior Eleitoral, resultando em pedidos de impugnação de candidaturas de partidos ou coligações que não cumpriram com o disposto na lei (BRASIL, 2014). Com isso,

o número de candidatas mulheres aptas que concorreram ao pleito em todos os níveis alcançou 28,62% do total, um sensível aumento com relação às eleições de 2010, que contou com 22,43% de candidaturas de mulheres (BRASIL, 2014); porém abaixo dos 37% de candidatas mulheres que concorreram às Câmaras Municipais em 2012, corroborando a visão de Peixoto (2010), segundo a qual há maior presença feminina nos níveis mais locais da política, diminuindo exponencialmente conforme aumentam os níveis da esfera política.

Todavia, a presença feminina na política brasileira ainda é considerada muito discreta (PINTO; MORITZ, 2009), com presença de 9,9% de mulheres eleitas para a Câmara de Deputados e 16% no Senado, números que não acompanham os avanços sociais e a participação das mulheres em outras esferas da sociedade, como universidade e mercado de trabalho. Como exemplo, também citado por Pinto e Moritz (2009), temos o caso da Assembleia Legislativa do Rio Grande do Sul que entre 1951 e 2015, teve um total de apenas 40 mulheres eleitas (GUGLIANO; ORSATO, 2012).

Se a política de cotas não é bem-sucedida em sua intenção de eleger mais mulheres, o que poderia explicar sua ineficácia? A literatura apresenta como possibilidades a resistência dos partidos políticos no que diz respeito à elaboração de ações que incentivem a presença de mulheres na política; problemas de ordem cultural, como a internalização, por parte das próprias mulheres, de papéis e estereótipos de gênero que as excluem do mundo político (GROSSI; MIGUEL, 2001); assim como o sistema eleitoral de representação proporcional de lista aberta brasileiro, que coloca em evidência a competição individual entre os candidatos pelos votos dos eleitores (SACCHET; SPECK, 2012), acentuando a necessidade de amparo financeiro do candidato para o andamento da campanha, como veremos a seguir.

2.2 Uma questão de gênero: mulheres e o financiamento de campanha

Componente da democracia representativa, o sistema eleitoral envolve o cidadão-eleitor e o partido político, e cabe à lei incorporar o princípio de igualdade de tratamento entre esses dois agentes, garantindo o ideal democrático de “um homem, um voto, um valor” (LIMA JÚNIOR, 1997, p. 69). Ou seja, quanto mais democrático o sistema eleitoral, mais igualitário será o tratamento proporcionado aos eleitores e aos partidos, também através da proporcionalidade na distribuição de cadeiras parlamentares, com fórmulas eleitorais que aloquem essas cadeiras de forma proporcional – com base no tamanho e alcance do partido – entre os partidos políticos.

Os partidos têm relevância fundamental na democracia: eles selecionam, recrutam e capacitam candidatos para o exercício de cargos públicos, mobilizam os eleitores e participam de eleições. Em última análise, os partidos têm a capacidade de agregar interesses, desenvolver alternativas de política e, também, de constituir o principal elo entre os cidadãos e o governo (ZOVATTO, 2005).

Na medida em que um sistema se torna mais competitivo ou mais inclusivo, os políticos buscam o apoio dos grupos que agora podem participar mais facilmente da vida política. A resposta de políticos à existência de novas oportunidades de participação e de contestação pública é diversificada e tem efeitos de longo alcance (DAHL, 2012); e essa resposta pode ser a apresentação de candidatos de quem os eleitores se sintam mais próximos, ou então adaptar o programa e a ideologia do partido para que vá ao encontro dos interesses de grupos ou segmentos da sociedade que até então não eram propriamente representados.

Parte fundamental do processo eleitoral, o financiamento de campanha tem gerado, por muitos anos, acalorados debates, em grande parte devido à relação próxima entre dinheiro e eleições (PEIXOTO, 2009), isso porque essa dinâmica é essencial para a compreensão e o estudo do desempenho dos candidatos.

Utilizando-nos dos termos empregados por Speck (2005, p. 153), podemos entender financiamento de campanhas eleitorais como “os recursos materiais empregados pelos partidos e candidatos para organizar a campanha e convencer os cidadãos a lhes conferirem os votos”. Logo, o termo não engloba custos de organização do processo eleitoral, identificados como registro de eleitores, instalação de urnas, recrutamento de profissionais e voluntários para servir no dia da eleição, entre outros custos que ficam por conta do Estado (HEILER, 2011).

O financiamento para campanhas eleitorais é essencial para garantir a comunicação dos candidatos com os eleitores, provendo os recursos necessários ao angariamento de votos, através do convencimento do eleitor. A partir dessa reflexão, podemos dizer que o dinheiro tem impacto positivo na competição política (SPECK, 2006), conquanto os recursos financeiros recebidos figuram como elementos decisivos para o bom desempenho eleitoral e para a capacidade de eleição dos candidatos a cargos políticos (SANTOS, 2009).

Contudo, esse modelo, ao observarmos a política brasileira, também guarda riscos, tais como a dependência que têm os candidatos das doações recebidas para suas campanhas, como evidenciam Samuels (2006) e Santos (2009); bem como o encarecimento das eleições e a influência dos interesses de cada um dos doadores:

[...] o volume de financiamento tem relação direta com a chance de o candidato se eleger. Dinheiro é elemento importante para o sucesso eleitoral. Não haveria grande problema com a ligação entre recursos financeiros e votos caso os cidadãos tivessem um peso igual em relação a ambos. Contudo, na medida que indivíduos, entidades e empresas contribuem de forma desigual para campanhas, a democracia se deteriora e se aproxima de uma plutocracia (ABRAMO; SPECK apud HEILER, 2011, p. 77).

Conforme Samuels (2006), a natureza fechada do financiamento de campanha no Brasil indica a maior proximidade dos candidatos com seus financiadores, o que sugere que, no Brasil, o financiamento de campanha possui um caráter “voltado para serviços”, mais do que “voltado para política”, como ocorre em sua maioria nos Estados Unidos; quer dizer, os esforços de deputados federais em executar determinadas emendas ao orçamento estariam mais relacionados com a obtenção de fundos de empreiteiras e interesses afins do que com a conquista de votos diretamente.

Nessa visão, campanhas extremamente caras, antes de indicarem uma democracia forte com muita competição por parte dos candidatos, indicam que os candidatos não possuem os instrumentos baratos para fazer com que sua mensagem chegue até os eleitores (SAMUELS, 2006), o que, aliado à agenda genérica da maioria dos partidos, incentiva o individualismo do candidato na hora de concorrer a um cargo público, competindo com outros candidatos do próprio partido, acentuando o papel do financiamento de campanha.

Ou seja, em um sistema eleitoral de representação proporcional com lista aberta, uma grande parte da campanha fica a cargo dos candidatos (SACCHET; SPECK, 2012). Sem recursos financeiros, torna-se muito difícil aos candidatos realizar atividades importantes para o andamento da campanha, como o deslocamento até diferentes localidades, produzir material publicitário, reunir equipes de trabalho para a elaboração de propostas de governo e organização da campanha (SACCHET; SPECK, 2012). Por isso, os recursos financeiros de que dispõem os candidatos para suas campanhas viabilizam a candidatura e aumentam as chances de sucesso nas urnas, demonstrando uma relação positiva entre gastos de campanha e resultados eleitorais (BOURDOUKAN, 2009).

No mesmo caminho, a literatura evidencia a relação positiva entre maiores recursos financeiros em campanhas e candidatos à reeleição para a Câmara de Deputados; essa associação foi observada entre todos os candidatos que concorriam à reeleição, com ênfase naqueles candidatos que faziam parte da base de apoio ao presidente (SAMUELS, 2002).

Igualmente, Lemos, Marcelino e Pederiva (2010), ao analisar as eleições para a Câmara e o Senado em 2002 e 2006, demonstraram que os candidatos que conseguiram se

eleger para as duas Casas tiveram gastos de campanha muito superiores aos dos outros candidatos, aceitando a hipótese de que os recursos financeiros que o candidato consegue angariar tem impacto positivo e relação direta com o seu desempenho eleitoral.

Quanto aos determinantes do investimento eleitoral, em estudo sobre as eleições 1994 e 1998 para a Câmara de Deputados, Samuels (2001) verificou que, quanto ao posicionamento ideológico dos candidatos, candidatos de partidos de esquerda recebem menos recursos para suas campanhas, assim como menos contribuições oriundas de pessoas jurídicas.

Nas eleições de 2002 e 2006 para a Câmara de Deputados, ao analisar as campanhas de candidatos do estado de São Paulo, Mancuso (2012) constatou que nas eleições de 2002 (sob o então presidente Cardoso do PSDB), a receita dos candidatos de direita foi consideravelmente superior à receita dos candidatos de esquerda, assim como a contribuição de pessoas jurídicas, a maioria empresas de grande porte, foi superior para os candidatos de direita do que para os candidatos de esquerda, enquanto a maior fonte de contribuição para as campanhas dos candidatos de esquerda foram contribuições de pessoas físicas – terceiros ou o próprio candidato. Nesse pleito, candidatos de centro reuniram as maiores receitas eleitorais, assim como as maiores doações de pessoas jurídicas.

Já para o pleito de 2006, agora sob a presidência de Lula (PT), o autor observou que a receita média dos candidatos de esquerda acabou superando a receita dos candidatos de direita, porém, a receita dos candidatos de centro continuou sobrepujando a receita das demais candidaturas (MANCUSO, 2012). Mesmo assim, candidatos de direita continuaram recebendo mais contribuições de pessoas jurídicas do que os candidatos de esquerda, com os candidatos de centro ainda arrecadando mais contribuições de pessoas jurídicas do que candidatos tanto de direita quanto de esquerda.

Como se constata, o sistema proporcional não é necessariamente um sistema político inclusivo: categorias como gênero, escolaridade, profissão, partido e poder econômico têm interferência na capacidade de captação de recursos financeiros por parte dos candidatos, influenciando negativamente nas suas chances de eleição (PEIXOTO, 2010). Há no sistema eleitoral brasileiro entraves que o impedem de refletir de maneira mais proporcional as características socioeconômicas da sociedade brasileira:

Seus resultados parecem muito mais com os que a teoria normativa da representação política espera dos sistemas majoritários. Ou a teoria se equivocou ao imaginar que os eleitores votariam em candidatos com características semelhantes às suas, ou há algo que deturpa as chances dos candidatos de diferentes características, sempre em prejuízo para aqueles que possuem as mesmas características da maioria da população votante (PEIXOTO, 2010, p. 140).

Objeto de estudo da presente pesquisa, no caso de candidatas mulheres, observa-se, de maneira geral, menor arrecadação por parte das candidatas. Entre os possíveis fatores, se incluem a desvantagem financeira das mulheres na vida privada, que encontra reflexos na campanha; a noção de acesso limitado das mulheres a determinados tipos de redes sociais e políticas que, se ativadas, poderiam contribuir para a arrecadação de recursos; a ideia de que mulheres possuem mais dificuldades para conseguir apoio financeiro de doadores da iniciativa privada, entre muitos outros motivos que poderiam ser numerados (SACCHET; SPECK, 2012).

Assim, nota-se que as mulheres enfrentam mais barreiras do que os homens durante o processo eleitoral: não apenas são minoria entre os candidatos, como também, quando selecionadas por seus partidos para integrar as listas de candidatos, as mulheres sofrem desvantagens em termos de desempenho eleitoral em todos os cargos proporcionais (SACCHET; SPECK, 2012).

Sacchet (2011) irá relacionar o baixo desempenho eleitoral das candidatas com a dificuldade que elas possuem para recolher doações, em especial da iniciativa privada, principal financiadora das campanhas brasileiras (SAMUELS, 2006, 2002; MACUSO, 2012). Isso porque, em um sistema proporcional de lista aberta, há maior personalização do voto: em última análise, é o eleitor quem decide a eleição (SACCHET, 2011).

Essa característica é essencial para compreendermos o papel fundamental do financiamento de campanha para o sucesso eleitoral dos candidatos, já que é preciso que os candidatos se comuniquem com um eleitorado de massa, divulgando suas propostas para o cargo. A individualização do processo e a competitividade das eleições encarece o processo, colocando a capacidade de cada candidato para angariar fundos para sua campanha ponto essencial para seu desempenho (SANTOS, 2009; SPECK, 2002).

Jairo Nicolau (2003) também atribui o encarecimento das campanhas com o estilo de fazer política, através de realização de pesquisas, equipes de marketing, realização de programas de TV, *jingles*, deslocamento do candidato e da equipe, entre outros instrumentos que acabam se tornando muito importantes para o desempenho dos candidatos. Para Backes

(2001 apud HEILER, 2011), esse movimento se inicia a partir dos anos 70, com o aparecimento de novas técnicas de propaganda e o uso dos meios de comunicação.

Essa tendência é demonstrada pela literatura (MANCUSO, 2012; SPECK, 2010; SAMUELS, 2006), que aponta que no sistema político atual, “quanto mais dinheiro o candidato tenha disponível para a sua campanha, mais votos recebe e maiores chances tem de ser eleito” (FLEISCHER, 2000, p. 19 apud HEILER, 2011).

Com isso, desequilíbrios nos recursos financeiros para as campanhas dos candidatos provocam distorções na competição eleitoral, devido a três principais causas: disparidade de poder econômico dos candidatos que se autofinanciam; abuso de recursos do Estado para o financiamento parcial de candidatos ou partidos da situação; e acesso desigual ao financiamento privado (HEILER, 2011).

No caso do financiamento para candidatas a cargos políticos, a terceira causa é a que encontra maior respaldo na literatura, baseada na ideia de que mulheres possuem mais dificuldade para acessar recursos financeiros, seja em virtude dos obstáculos encontrados ao contatar a iniciativa privada, como pela desigualdade de poder econômico entre homens e mulheres (SACCHET; SPECK, 2012; SACCHET, 2011; JUNCKES et. al., 2015): analisando as eleições de 2006, com os dados para Deputado Federal e Deputado Estadual, Sacchet e Speck (2012) puderam observar que as candidatas receberam significativamente menos dinheiro do que os candidatos, influenciando diretamente em seu desempenho eleitoral, esse subfinanciamento se conservando em todos os estados analisados.

Com isso, a bibliografia (SACCHET; SPECK, 2012; SACCHET, 2011; PEIXOTO, 2010) irá traçar paralelos entre o baixo desempenho nas urnas pelas mulheres e o baixo financiamento para suas campanhas, sinalizando para a necessidade de se analisar a baixa presença feminina na política a partir de outros indicadores, ultrapassando os limites da política de cotas.

3 AS ELEIÇÕES PARA DEPUTADO ESTADUAL

Com o objetivo de testar a hipótese de que mulheres são subfinanciadas, impactando negativamente em seu desempenho eleitoral, neste capítulo apresentaremos, em primeiro lugar, as características gerais da população, como partidos e coligações, número de homens e mulheres candidatos às cadeiras, bem como o número de eleitos; em um segundo momento, focaremos no financiamento de campanha para cada candidato, e o impacto que esses recursos têm no número de votos alcançados.

As eleições para deputado estadual no Rio Grande do Sul contaram com um total de 668 candidaturas consideradas aptas pelo TSE, dessas, 471 homens e 197 mulheres, divididos em oito partidos que lançaram candidatos sozinhos e sete coligações partidárias, como se observa na Tabela 1:

Tabela 1. Partidos e coligações

	Frequência	Porcentagem válida
Rio Grande Unido Pode Mais (PSL, PSDC, PHS, PSD, PT do B)	61	9,1%
União Verde Ecológica Cristã (PSC, PV, PEN)	96	14,4%
PMN	3	0,4%
PP	54	8,1%
Esperança por um Rio Grande Melhor (PRB, PSDB, SD)	60	9%
Frente de Esquerda (PSOL, PSTU)	31	4,6%
Unidade Democrata Trabalhista (PDT, DEM)	54	8,1%
PT	61	9,1%
PTB	44	6,6%
Juntos pelo Rio Grande (PPS, PSB)	62	9,3%
PMDB	56	8,4%
PRTB	10	1,5%
Avançar nas Mudanças (PR, PTC, PPL, PC do B, PROS)	73	10,9%
PRP	2	0,3%
PCB	1	0,1%
Total	668	100%

Fonte: TSE, 2014

A coligação que mais lançou candidatos à disputa foi a União Verde Ecológica Cristã, dos partidos PSC, PV e PEN, com um total de 96 candidatos. Em seguida, vem a coligação Avançar nas Mudanças, do PR, PTC, PPL, PC do B e PROS, que lançou 73

candidatos. O partido que mais lançou candidatos à disputa de 2014 foi o PT, com 61 candidatos, seguido pelo PMDB com 56 candidatos e pelo PP, com 54.

No que diz respeito à representação de mulheres em cada partido ou coligação, fica assim dividido:

Tabela 2. Partidos e coligações – presença de mulheres

Partido/coligação	Total candidatos	Mulheres	Porcentagem válida
Rio Grande Unido Pode Mais (PSL, PSDC, PHS, PSD, PT do B)	61	18	29,50%
União Verde Ecológica Cristã (PSC, PV, PEN)	96	27	28,12%
PMN	3	0	0%
PP	54	16	29,62%
Esperança por um Rio Grande Melhor (PRB, PSDB, SD)	60	18	30%
Frente de Esquerda (PSOL, PSTU)	31	10	32,25%
Unidade Democrata Trabalhista (PDT, DEM)	54	17	31,48%
PT	61	17	27,86%
PTB	44	15	34,09%
Juntos pelo Rio Grande (PPS, PSB)	62	17	27,41%
PMDB	56	17	30,35%
PRTB	10	3	30%
Avançar nas Mudanças (PR, PTC, PPL, PC do B, PROS)	73	21	28,76%
PRP	2	1	50%
PCB	1	0	0
Total	668	197	

Fonte: TSE, 2014.

Com exceção do PCB e PMN que não tiveram nenhuma candidata em sua lista, todos os partidos alcançaram ou ficaram perto de alcançar os 30% de candidatas proposto pela política de cotas. O PRP, por ter apenas dois candidatos, possui representação de 50% de mulheres, enquanto a coligação com mais candidatos, União Verde Ecológica Cristã (PSC, PV e PEN), tem 28,12% do seu quadro de candidaturas composto por mulheres.

Entre as coligações, a Frente de Esquerda (PSOL e PSTU) possui o maior número de candidatas mulheres, alcançando 32,25% do número total de candidatos, seguido pela Unidade Democrata Trabalhista (PDT, DEM), com 31,48% e a coligação Esperança por um Rio Grande Melhor (PRB, PSDB, SD), com 30% de candidatas.

Entre os partidos não coligados, destaca-se o PTB, com percentual de 34,09% de candidatas, seguido pelo PMDB com 30,35%; o PRTB com 30%; o PP com 29,62% e o PT com 27,86% de mulheres.

No que diz respeito aos dois partidos que não possuem nenhuma mulher na sua lista, lembramos que os dados analisados são relativos aos candidatos considerados aptos para o processo eleitoral, ou seja, apenas os candidatos que cumpriram com todas as exigências do TSE para elegibilidade; não significando, pois, que esses partidos não cumpriram, necessariamente, com o preenchimento das vagas por mulheres, e sim que essas candidatas não puderam seguir com suas candidaturas.

Como mostra a Tabela 2, o número de candidatas alcançou a taxa de 29,5% do total para o pleito. Todavia, as mulheres conquistaram somente 7 dos 55 assentos da Assembleia Legislativa o que, apesar de parecer um número muito pequeno, até agora representa o maior número de mulheres já eleitas para o legislativo estadual em uma única eleição (GUGLIANO; ORSATO, 2012), indicando a existência de muitas barreiras a serem ultrapassadas para a conquista de igualdade de representação, como mostra abaixo a Tabela 3:

Tabela 3. Distribuição por sexo dos candidatos eleitos

	Cadeiras	%
Mulheres	7	12,7%
Homens	48	87,3%
Total	55	100%

Fonte: TSE, 2014.

A proporção de 12,7% de mulheres eleitas demonstra que há ainda um longo caminho a ser percorrido para o equilíbrio entre homens e mulheres na política, a despeito das cotas, que, enquanto reservam 30% das vagas das candidaturas para elas, têm sido ineficiente no que concerne a eleição de mais mulheres na política brasileira (GROSSI; MIGUEL, 2001), indicando, como mostraram Sacchet e Speck (2012), a existência de outros elementos, após o processo seletivo, que favorecem as candidaturas masculinas sobre as femininas.

Um desses elementos é identificado pela literatura (SACCHET; SPECK, 2012; SACCHET, 2011; JUNCKES et. al, 2015) como sendo o financiamento de campanha, que adquire papel fundamental no sistema político brasileiro, devido à personalização da escolha dos eleitores e à disputa entre candidatos, muitas vezes, de um mesmo partido, para conseguir mais votos. Essas características tornam os recursos financeiros arrecadados por cada candidato

ainda mais importantes, evidenciando, com isso, a disparidade na arrecadação entre homens e mulheres, impactando no desempenho eleitoral.

3.1 A prestação de contas nas eleições de 2014²

Para as eleições de 2014, a arrecadação e os gastos de recursos por partidos políticos, candidatos e comitês financeiros, bem como da prestação de contas da campanha foram regulamentados pela Resolução nº 23.406, de 27 de fevereiro de 2014.

Segundo a Resolução, os recursos podem ter origem do próprio candidato, dos partidos políticos, podem ser doações em dinheiro, cartão de crédito e cartão de débito de pessoas jurídicas e pessoas físicas, é possível também que o candidato receba doações de outros candidatos, comitês financeiros e partidos políticos, receita através da comercialização de bens e/ou serviços e promoção de eventos; o candidato também pode angariar recursos do Fundo de Assistência Financeira aos Partidos Políticos, o Fundo Partidário.

A Resolução (TSE, 2014) também veda o recebimento, direto e indireto, de doações provenientes de entidades ou governos estrangeiros, de órgãos da administração pública direta e indireta, de concessionários ou permissionários de serviço público, de entidades de direito privado que recebam contribuições compulsórias em virtude de disposição legal, entidades de utilidade pública e de classe ou sindical, de pessoa jurídica sem fins lucrativos que receba recursos do exterior, de entidades beneficentes e religiosas, de entidades esportivas, de organizações não governamentais que recebam recursos públicos, de organizações da sociedade civil de interesse público e de sociedades cooperativas, cujos cooperativos sejam concessionários ou permissionários de serviços públicos ou que estejam sendo beneficiadas com recursos públicos.

Os recursos provenientes dessas fontes vedadas devem ser transferidos ao Tesouro Nacional pelo partido político, comitê financeiro ou pelo candidato em até cinco dias após a decisão definitiva que julga a prestação de contas.

A prestação de contas deve ser feita pelo candidato, comitê financeiro ou pelo partido político. Os gastos eleitorais são, a saber: confecção de material impresso, propaganda e publicidade direta ou indireta, aluguel de locais para atos de campanha eleitoral, despesas com transporte e deslocamento de candidato e de pessoal e serviço das candidaturas,

² Ainda que exista a possibilidade de “caixa-dois” e dúvidas a respeito da veracidade de todas as informações disponibilizadas pelos candidatos, como irá apontar Samuels (2006; 2001), estudar os valores declarados ao TSE é importante para a análise do desempenho eleitoral dos políticos brasileiros, visto a influência do dinheiro para o sucesso nas eleições.

correspondências e despesas postais, despesas de instalação, organização e funcionamento de comitês financeiros e serviços eleitorais, remuneração ou gratificação de quem prestar serviços às candidaturas, montagem e operação de carros de som, de propaganda e similares, realização de comícios e eventos, produção de programas de rádio, televisão ou vídeo, inclusive os destinados à propaganda gratuita, realização de pesquisas pré-eleitorais, custos com a criação e inclusão de páginas na internet, multas aplicadas, até as eleições, aos partidos políticos ou aos candidatos por infração do disposto da legislação eleitoral, doações para outros candidatos e gastos com a produção de jingles, vinhetas e slogans (TSE, 2014).

3.2 Financiamento x votos: o impacto do dinheiro na eleição

Neste item, procuramos averiguar a interferência do financiamento de campanha com o desempenho eleitoral dos candidatos, apontado pela literatura como elemento de forte relevância. Para isso, utilizaremos o Coeficiente de *Spearman* para estabelecer a correlação entre o financiamento de campanha, inicialmente com todos os candidatos, para após isolar os casos segundo a variável gênero.

O Coeficiente de *Spearman*, neste caso, é mais indicado para a análise de correlações no estudo devido a casos fora da curva (*outliers*), como pode-se observar no Gráfico de dispersão 1.

Dessa forma, como aponta a Tabela 4, há forte relação entre financiamento de campanha e votos, da ordem de 0,807 entre todos os candidatos, ficando ainda mais forte quando isolados apenas os homens, a magnitude da correlação passando para 0,861. Isso significa que quanto maior a arrecadação de recursos financeiros, maior a probabilidade de sucesso na eleição.

Quando analisadas apenas as candidatas, verificamos que o financiamento de campanha, enquanto ainda muito importante para o desempenho eleitoral, tem menos força para a obtenção de votos, ficando uma correlação forte da magnitude de 0,707, contrariando os dados encontrados por Sacchet e Speck (2012) em eleições para Deputado Federal e Estadual em 2006 em todos os estados, cuja média de correlação apontava para maior centralidade do financiamento em candidaturas femininas:

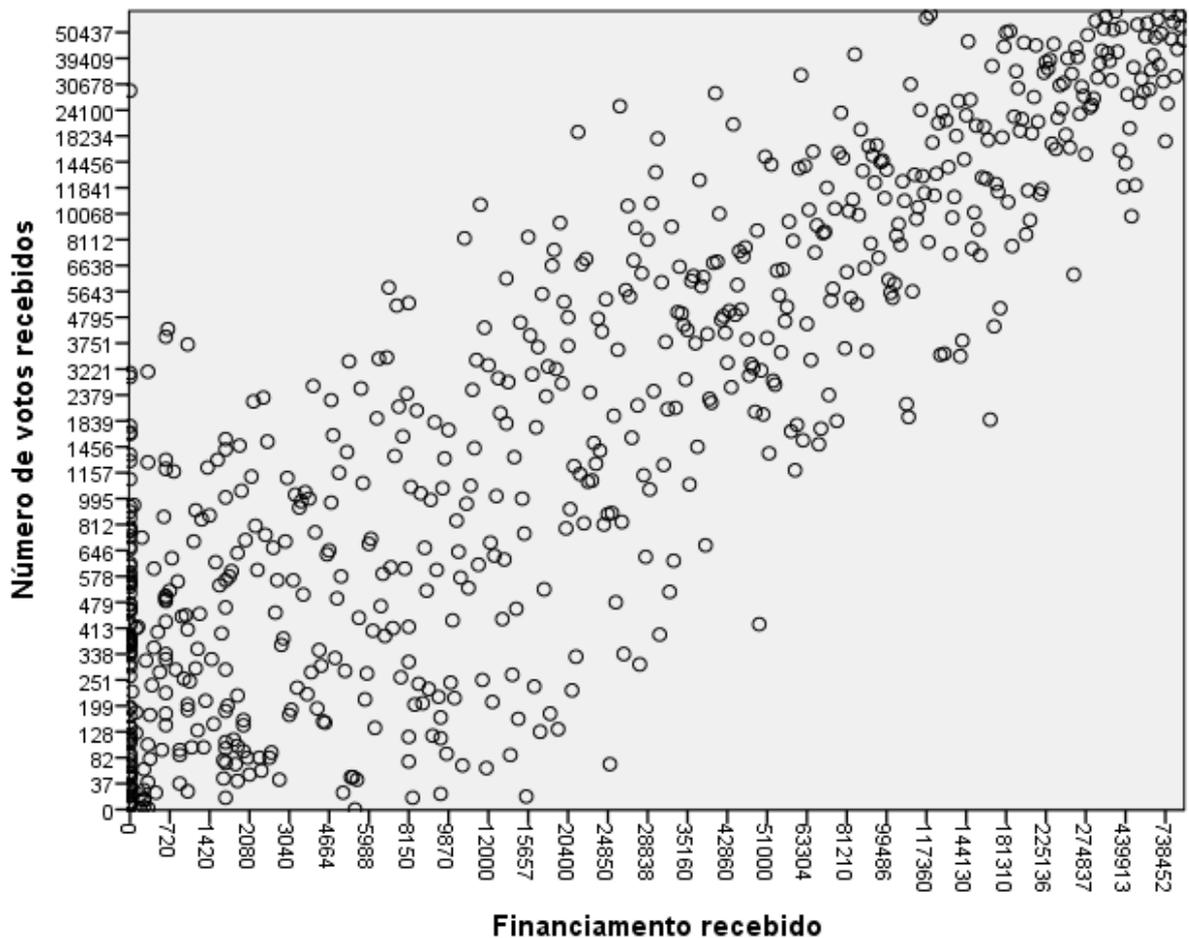
Tabela 4. Correlação entre doações e votos

	Coeficiente <i>Spearman</i>		
	Geral	Homens	Mulheres
Magnitude da correlação	,807	,861	,707
Significância	,000	,000	,000

Fonte: TSE, 2014.

Ainda assim, a magnitude da correlação encontrada nos três casos indica a relação positiva entre o financiamento de campanha e o desempenho eleitoral dos candidatos (MANCUSO, 2015; SAMUELS, 2006; LEMOS; MERCELINO; PEDERIVA, 2010, entre outros). Estabelecendo o relacionamento entre os recursos econômicos e votação, o gráfico abaixo apresenta a forma como a relação financiamento x votos é ascendente, isto é, quanto maior o volume de recursos arrecadados, maior é o número de votos válidos obtidos pelo candidato, na correlação de 0,807 (*Spearman*):

Gráfico 1. Relação financiamento x votos



Fonte: TSE, 2014.

Com exceção de casos particulares, como o do candidato Flavio Luiz Lammel do PDT (Coligação Unidade Democrata Trabalhista), que não declarou nenhuma receita e nem gastos e arrecadou 29.244 votos, o gráfico demonstra como o número de votos conseguidos aumenta conforme as doações arrecadadas, como observa Cervi (2010) em seu trabalho sobre candidatos à prefeitura das capitais dos estados em 2008.

Buscando testar nossa hipótese do subfinanciamento das mulheres e seu impacto na arrecadação de votos, por meio de marcadores como média e mediana, foi possível observar que as candidatas mulheres, em geral, recebem menos recursos do que os homens:

Tabela 5. Estatísticas – financiamento

	Homens	Mulheres	Total
Média	93.212,83	49.621,88	73.357,53
Mediana	26.447,00	5.960,00	10.540,00
Mínimo	0	0	0
Máximo	1.281.132,00	1.452.136,00	1.452.136,00

Fonte: TSE, 2014.

Como esperado pela forte correlação de 0,707, esses recursos têm impacto na arrecadação de votos, como observado na Tabela 6, onde a diferença na arrecadação acaba se mostrando nos votos conquistados pelos candidatos:

Tabela 6. Estatísticas – votos obtidos

	Homens	Mulheres	Total
Média	9.856,36	4.823,92	7.564,13
Mediana	3.400	309	1.025,00
Mínimo	0	4	0
Máximo	96.561	222.436	222.436

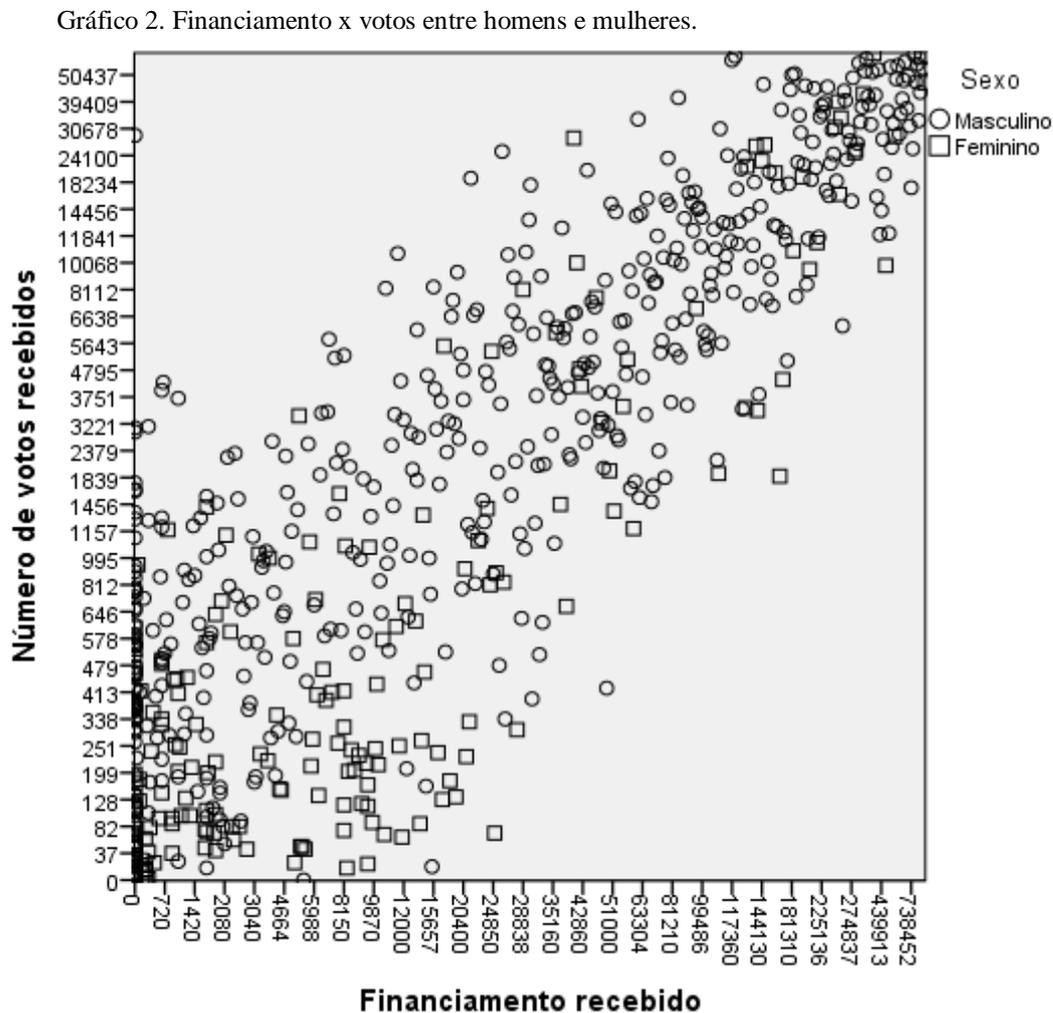
Fonte: TSE, 2014.

O desempenho eleitoral dos candidatos encontra respaldo e elemento explicativo nos recursos aplicados na campanha (CAMPOS, 2009), pois o dinheiro é necessário para a divulgação dos candidatos para o eleitorado através de meios de comunicação, confecção de cartazes e panfletos, assim como é importante para a própria formulação da agenda política, por meio de equipes de marketing, pesquisas eleitorais e de opinião, deslocamento para comícios, entre outros.

Por isso, quando há uma disparidade muito grande entre a arrecadação dos candidatos, são maiores as chances de que um grupo social acabe sendo subrepresentado, já que o dinheiro é fundamental para as campanhas eleitorais brasileiras (ARAÚJO, 2004).

Em geral, as candidatas mulheres acabam arrecadando menos dinheiro, em virtude de uma desigualdade econômica já em sua vida pessoal e também em razão da dificuldade das mulheres de acessar as chamadas “redes de financiamento” (JUNCKES et. al., 2015, p. 27), prejudicando-as na competição eleitoral.

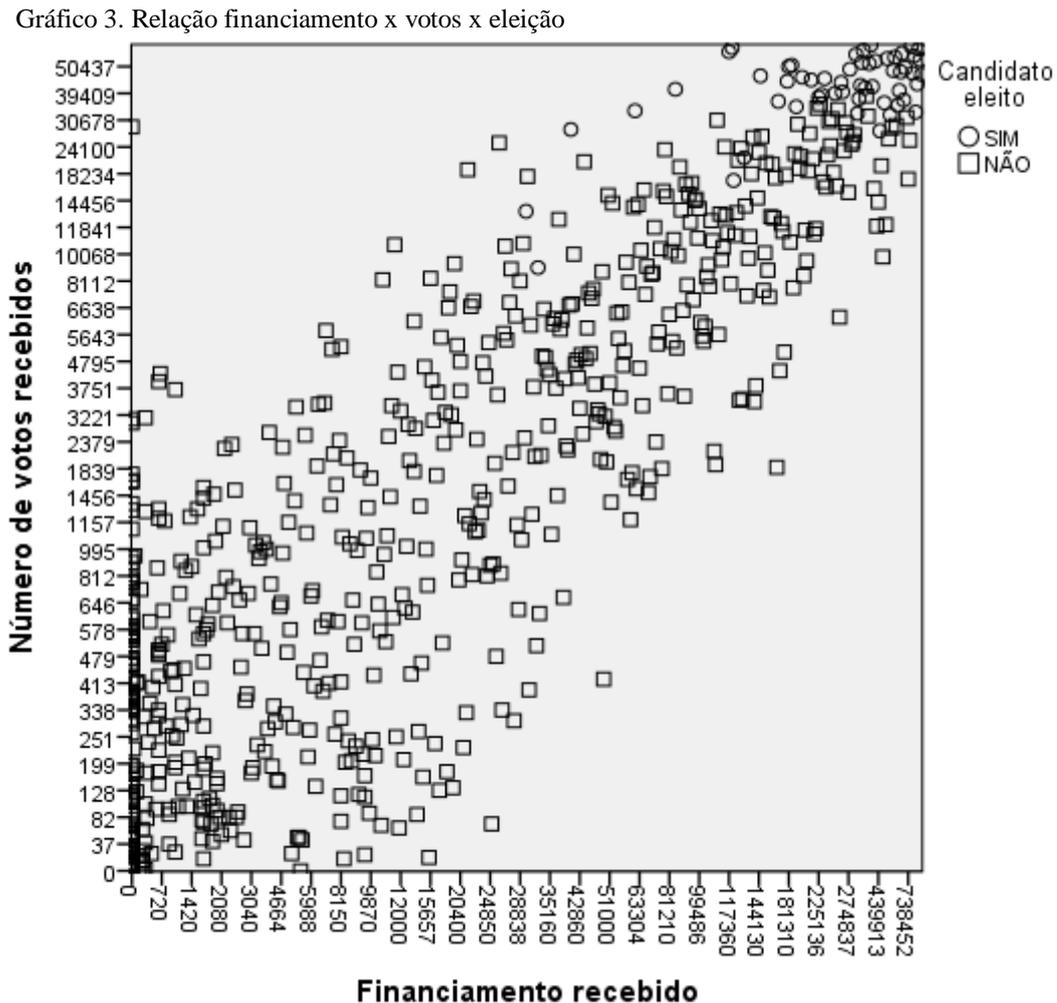
O Gráfico de dispersão 2 traz a relação entre o montante arrecadado pelos candidatos de ambos os sexos em conjunto com a quantidade de votos feito por cada um. À medida que aumentam os valores arrecadados, a presença de candidatas mulheres diminui, estas se concentrando na base do gráfico, com poucas doações para suas campanhas e, consequentemente, menos votos.



Fonte: TSE, 2014.

Essa relação influencia, é claro, na presença feminina na política brasileira, ainda muito pequena: mesmo com a política de cotas, o Brasil ainda não conseguiu chegar em uma

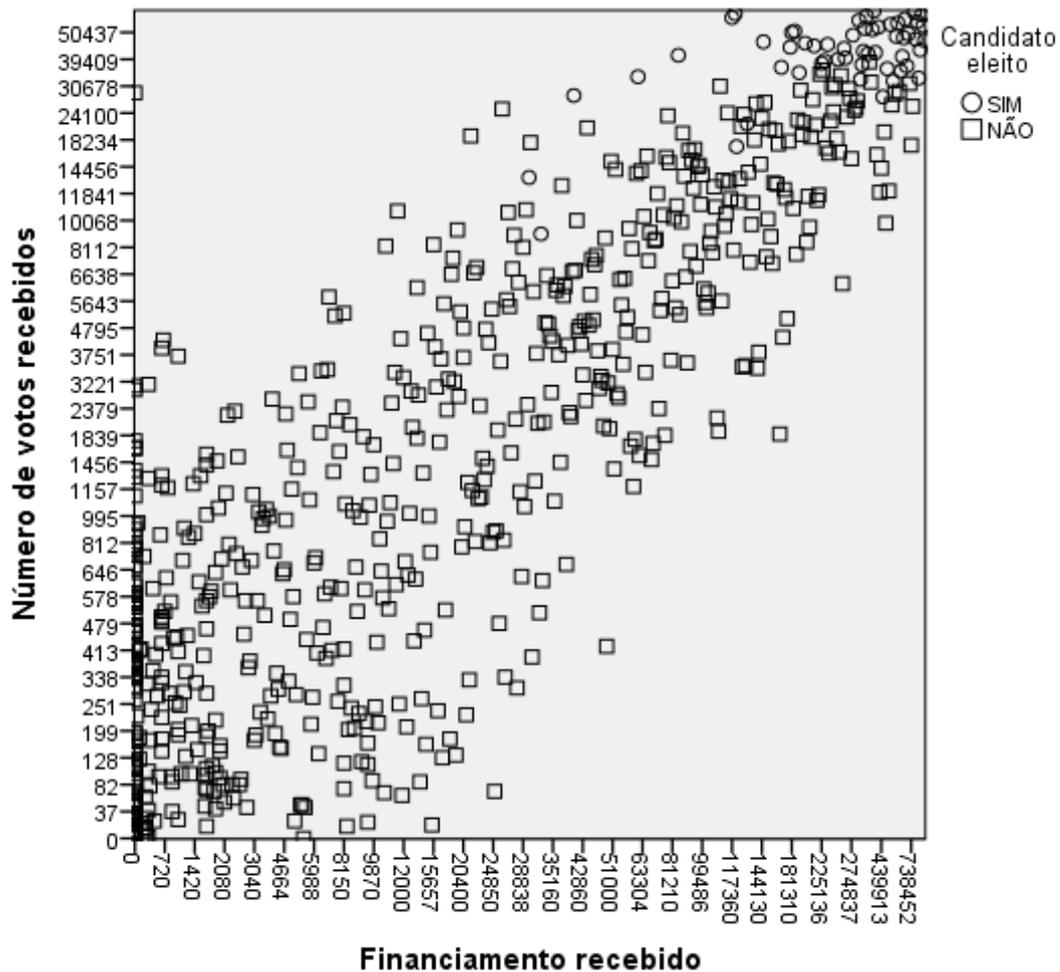
posição mais favorável no que diz respeito à representação feminina em todos os níveis da política formal, em virtude da disparidade entre a arrecadação dos candidatos e candidatas, ficando visível no Gráfico 3, que relaciona o financiamento e os votos com a eleição, sendo possível identificar que, com algumas exceções, apenas os candidatos com forte arrecadação de recursos conseguiram se eleger:



Fonte: TSE, 2014.

O Gráfico 4 abaixo ilustra a correlação forte de 0,707, ao mostrar que as candidatas eleitas foram aquelas com a maior arrecadação de recursos:

Gráfico 4. Relação financiamento x votos x eleição - mulheres



Fonte: TSE, 2014.

Considerando que o financiamento de campanhas no Brasil é importante pois os valores arrecadados têm ligação direta com o sucesso eleitoral dos candidatos (Gráfico 3), e que mulheres arrecadam muito menos do que os homens (Gráfico 2 e Tabela 5), é importante que coloquemos o financiamento eleitoral entre um dos fatores que dificultam a entrada de mulheres em cargos políticos (SACCHET; SPECK, 2012), em razão do fato de que as mulheres tendem a receber menos recursos do que os homens, gerando efeitos negativos em seu desempenho eleitoral e influenciando a baixa representação feminina na política.

Todos os dados analisados no presente estudo apontaram a forte relação entre o financiamento de campanha de campanha e o número de votos recebido por cada candidato, como apontam Samuels (2001; 2006) e Mancuso (2015) em suas pesquisas, evidenciando a importância do dinheiro para o sucesso eleitoral dos candidatos, corroborando com a nossa hipótese.

Esse aspecto é importante se considerarmos que cada voto possui um custo e que, para a eleição, todo voto é essencial, como observamos na Tabela 7:

Tabela 7. Custo por votos dos candidatos eleitos (continua)

Nome	Partido	Financiamento	Votos	Custo por voto
Marlon Santos	PDT	118.650,00	91.100	1,30
Liziane Bayer da Costa	PSB	40.070,00	29.121	1,37
Sergio Peres	PRB	117.359,86	67.002	1,75
Manuela D'Ávila	PCdoB	393.825,50	222.436	1,77
Missionário Volnei	PR	60.148,50	33.255	1,80
Mario Jardel Ribeiro	PSD	85.193,65	41.227	2,06
Miguel Bianchini	PPL	30.133,85	13.515	2,22
Gerson Burmann	PDT	154.403,22	46.173	3,34
Marcelo Moraes	PTB	182.511,00	52.269	3,49
Jeferson Fernandes	PT	181.310,00	50.437	3,59
João Reinelli	PV	33.212,00	9.098	3,65
Adolfo Brito	PP	181.052,00	44.224	4,09
Alexandre Postal	PMDB	193.330,13	44.856	4,31
Edegar Pretto	PT	335.760,00	73.122	4,59
Pedro Ruas	PSOL	170.131,00	36.230	4,69
Elton Weber	PSB	218.700,00	44.444	4,92
Eduardo Loureiro	PDT	310.924,64	60.816	5,11
Antonio Valdeci Oliveira	PT	231.804,62	44.501	5,20
Diogenes Luis Basegio	PDT	186.650,00	33.829	5,51
Pedro Pereira	PSDB	259.373,00	43.535	5,95
Ciro Simoni	PDT	332.425,00	55.622	5,97
Jorge Pozzobom	PSDB	288.273,00	48.244	5,97
Alvaro Boessio	PMDB	227.140,00	37.933	5,98
Any Ortiz	PPS	135.529,99	22.553	6,00
Enio Bacci	PDT	225.135,71	37.148	6,06
Miriam Marroni	PT	242.684,00	39.409	6,15
Gabriel Souza	PMDB	259.996,00	39.998	6,50
Aloisio Classman	PTB	368.978,62	52.771	6,99
Juliano Roso	PCdoB	119.650,11	17.092	7,00
Edson Brunn	PMDB	415.581,37	55.887	7,43
Stela Lopes	PT	327.650,00	41.719	7,85
Lucas Redecker	PSDB	759.230,00	96.561	7,86
Vilmar Zanchin	PMDB	336.015,15	41.488	8,09
Fábio Branco	PMDB	470.310,00	57.135	8,23
Gilberto Capoani	PMDB	315.037,81	36.535	8,62
Ernani Polo	PP	498.894,74	57.427	8,68
Adilson Troca	PSDB	312.590,00	32.579	9,59
José Sidney Nunes de Almeida	PT	402.743,24	41.609	9,67
Pedro Westphalen	PP	638.660,00	65.134	9,80
Ronaldo Santini	PTB	482.992,00	47.829	10,09
João Fischer	PP	455.460,00	35.696	12,75
Luís Augusto Barcellos Lara	PTB	632.526,00	47.738	13,24
Silvana Covatti	PP	1.214.551,09	89.130	13,62

Nome	Partido	Financiamento	Votos	Custo por voto
Frederico Antunes	PP	677.887,66	48.577	13,95
Adão Roberto Rodrigues Villaverde	PT	473.348,16	31.927	14,82
Volmir Breier	PSB	441.232,00	28.855	15,29
Maurício Dziedricki	PTB	620.609,00	40.009	15,51
Gilmar Sossella	PDT	903.886,02	57.490	15,72
Altemir Tortelli	PT	596.374,42	33.879	17,60
Sergio Turra	PP	643.920,37	36.518	17,63
Tarcisio Zimmermann	PT	872.405,69	47.465	18,37
Luiz Fernando Mainardi	PT	1.281.132,00	56.629	22,62
Nelson Luiz da Silva	PT	1.072.739,45	42.102	25,47
Tiago Simon	PMDB	932.369,00	32.717	28,49
Regina Becker Fortunati	PDT	1.452.135,71	46.788	31,03
Total		22.914.636,28	2.681.383	

Fonte: TSE, 2014.

Entre as candidatas eleitas, estão as seis principais que mais arrecadaram dinheiro para a eleição de 2014: Regina Becker Fortunati, do PDT, que teve a maior arrecadação do pleito, com R\$ 1.452.135,71; seguido por Silvana Covatti, do PP, com R\$ 1.214.551,09; Manuela D'Ávila, do PCdoB, com R\$ 393.825,50 – também a mais votada da eleição, com um total de 222.436 votos -; Stela Lopes, do PT, com R\$ 327.650,00; Miriam Marroni, do PT, com R\$ 242.684,00 arrecadados, e Any Ortiz, do PPS, com o montante de R\$ 135.529,99.

Com esses dados, podemos observar que o PT foi o único partido que elegeu mais de uma mulher para o cargo de Deputado Estadual, e também o partido com maior número de representantes na Assembleia Legislativa, com 11 eleitos. Em seguida, vêm PDT e PMDB com 8 eleitos cada um, seguidos pelo PP, que elegeu 7 deputados.

Como mostra a tabela, o maior custo de votos foi o da candidata Regina Fortunati do PDT, com um custo de cerca de R\$ 31,03 por voto, entre as mulheres, em segundo lugar fica Silvana Covatti do PP, com custo de R\$ 13,62 por voto; seguida por Stela Lopes do PT, com R\$ 7,85 por voto. Entre as candidatas, a que teve menor custo por voto foi Manuela D'Ávila do PCdoB com R\$ 1,77 por voto, devido ao grande número de votos que recebeu.

A tabela demonstra a importância do financiamento de campanha para o desempenho eleitoral dos candidatos, pois o mesmo é um significativo instrumento para levar a agenda do candidato até cada eleitor, bem como para fazer o candidato se destacar entre todos os concorrentes (HEILER, 2011).

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O avanço da participação feminina nas mais diversas funções na sociedade, no Brasil, não encontra equivalência na esfera política, que tem baixa representação feminina em todos os seus níveis, mesmo com a implementação de políticas de cotas que teriam o princípio de reduzir as diferenças entre homens e mulheres e ampliar a participação destas na política brasileira; que lograram apenas a presença de cerca de 30% de candidatas para a disputa política, todavia sem alterar de fato a representatividade entre os eleitos a cargos políticos.

A partir disso, a nossa hipótese para o trabalho era de que uma possível razão para a baixa representação feminina na política dizia respeito ao financiamento eleitoral: por enfrentarem mais dificuldades ao arrecadar recursos econômicos, as mulheres acabariam sendo prejudicadas, pois não seriam capazes de alcançar mais eleitores com poucos recursos financeiros. Assim, nosso objetivo era verificar o impacto do financiamento de campanha na presença feminina na Assembleia Legislativa do Rio Grande do Sul, usando, para isso, dados das eleições para Deputado Estadual de 2014.

Através do estudo, foi possível estabelecer que as candidatas são, em sua grande maioria, subfinanciadas, e acabam recebendo muito menos recursos do que os homens, o que terá impacto na sua capacidade de conseguir votos, mesmo com ações afirmativas como políticas de cotas. Para a eleição de 2014, as mulheres arrecadaram 53,23% do valor médio arrecadado pelos homens, e receberam cerca de 48,93% da quantidade de votos que os homens receberam. Não obstante, esse cenário teve reflexo no resultado das eleições, com 7 das 55 cadeiras ocupadas por mulheres, o maior número de lugares ocupados por mulheres.

Por meio dos dados apresentados, a Hipótese H1 do trabalho é aceita, pois há, de fato, uma disparidade entre os valores arrecadados pelas mulheres em comparação com os valores arrecadados pelos homens, assim como há forte relação entre o número de votos e a quantidade de recursos financeiros que um candidato é capaz de angariar (Coeficiente *Spearman* 0,807).

Dada a importância do financiamento para o bom desempenho eleitoral, é possível afirmar que as desvantagens das mulheres com relação aos homens no que concerne recursos econômicos tem impacto direto e negativo sobre a sua capacidade de conquistar votos, contribuindo para a baixa representatividade feminina na política.

5 REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Clara. Potencialidades e limites da política de cotas no Brasil. **Estudos feministas**, v. 9, n. 1, p. 231-252, 2001.

_____. Condicionantes institucionais das políticas de cotas. In: SOARES, Glaucio Ary Dillon; RENNÓ, Lucio R. (orgs.). **Reforma política: lições da história recente**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006, p. 111-132.

ARAÚJO, Caetano Ernesto Pereira de. Financiamento de campanhas eleitorais. **Revista de informação legislativa**, Brasília, v. 41, n. 161, p. 59-66, jan./mar. 2004.

BOURDIEU, Pierre. **A dominação masculina**. 2. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.

BOURDOUKAN, Adla Youssef. **O bolso e a urna: financiamento político em perspectiva comparada**. 2009. 152f. Tese (Doutorado em Ciência Política) – Programa de Pós-Graduação em Ciência Política, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009.

BORBA, Ângela. Legislando para mulheres. In: BORBA, Ângela; FARIA, Nalu; GODINHO, Tatau (orgs.). **Mulher e política: gênero e feminismo no Partido dos Trabalhadores**. 1ª reimp. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 1998, p. 153-172.

BRASIL. **Lei nº 9.100**, Brasília, 1995. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9100.htm. Acesso em: 25 mai. 2016.

BRASIL. **Lei nº 9.504**, Brasília, 1997. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9504.htm. Acesso em: 5 jun. 2016.

BRASIL. **Lei nº 12.034**, Brasília, 2009. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2009/Lei/L12034.htm#art3. Acesso em: 5 jun. 2016.

BRASIL. **Mais mulheres no poder: as mulheres nas eleições de 2014**. Brasília, Distrito Federal, 2014.

BRUNETTA, Miriam do Carmo. **A política de cotas para mulheres: análise do Legislativo paranaense**. 2005. 102f. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2005.

CAMPOS, Mauro Macedo. **Democracia, partidos e eleições: os custos do sistema partidário-eleitoral no Brasil**. 2009. 238f. Tese (Doutorado em Ciência Política) – Programa de Pós-Graduação em Ciência Política, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2009.

CARVALHO, Marília Pinto de. Gênero na sala de aula: a questão do desempenho escolar. In: MOREIRA, Antonio Flávio; CANDAU, Vera Maria (orgs.). **Multiculturalismo: diferenças culturais e práticas pedagógicas**. 7. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011, p. 90-124.

CERVI, Emerson Urizzi. Financiamento de campanhas e desempenho eleitoral no Brasil: análise das contribuições de pessoas físicas, jurídicas e partidos políticos às eleições de 2008

nas capitais de Estado. **Revista Brasileira de Ciência Política**, Brasília, n. 4, p. 135-167, jul./dez. 2010.

DAHL, Robert. **Poliarquia**: participação e oposição. 1. ed. 2. reimp. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2012.

DAHLERUP, Drude. Comparative studies of electoral gender quotas. In: IDEA. **The implementation of quotas**: Latin American experience. Report on the workshop, 2. Stockholm: Idea, 2003. Disponível em: http://www.quotaproject.org/CS/CS_Dahlerup_25-11-2003.pdf. Acesso em: 23 nov. 2015.

GROSSI, Miriam Pillar; MIGUEL, Sônia Malheiros. Transformando a diferença: as mulheres na política. **Estudos feministas**, v. 9, n. 1, p. 167-206, jul./dez. 2001.

GUGLIANO, Alfredo Alejandro; ORSATO, Andréia. Women in motion: female representation in the Rio Grande do Sul State Legislative Assembly. **Brazilian political science review**, v. 6, n. 1, p. 90-112, 2012.

HEILER, Jeison Giovani. **Democracia**: o jogo das incertezas x financiamento de campanhas. Uma análise das prestações de contas das campanhas de vereadores de SC. 2011. 228f. Dissertação (Mestrado em Sociologia Política) – Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2011.

JUNCKES, Ivan Jairo, et. al. Posicionamento das mulheres na rede de financiamento eleitoral e seu desempenho nas eleições de 2010 no Brasil: a dinâmica estrutural da exclusão e marginalização feminina no poder político. **Revista latino-americana de geografia e gênero**, Ponta Grossa, v. 6, n. 1, p. 25-47, jan./jun. 2015.

KARAWEJCZYK, Mônica. **As filhas de Eva querem votar**: dos primórdios da questão à conquista do sufrágio feminino no Brasil (c. 1850-1932). 2013. 398f. Tese (Doutorado em História) – Programa de Pós-Graduação em História, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013.

KYMLICKA, Will. **Filosofia política contemporânea**: uma introdução. São Paulo: Martins Fontes, 2006.

LEMO, Leany Barreiro; MARCELINO, Daniel; PEDERIVA, João Henrique. Porque dinheiro importa: a dinâmica das contribuições eleitorais para o Congresso Nacional em 2002 e 2006. **Opinião Pública**, Campinas, v. 16, n. 2, p. 366-393, nov. 2010.

LIMA JÚNIOR, Olavo Brasil de. **Instituições políticas democráticas**: o segredo da legitimidade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.

LOURO, Guacira Lopes. **Gênero, sexualidade e educação**: uma perspectiva pós-estruturalista. 15. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.

LOVENDUSKI, Joni; NORRIS, Pippa. Westminster women: the politics of presence. **Political Studies**, v. 51, p. 84-102, 2003. Disponível em: http://www.hks.harvard.edu/fs/pnorris/Articles/Articles%20published%20in%20journals_file/Westminster_Women_Lovenduski_Norris_2001.pdf. Acesso em: 23 nov. 2015.

MANCUSO, Wagner Pralon. Empresas e financiamento de campanhas eleitorais de candidatos a deputado federal pelo estado de São Paulo nas eleições de 2002 e 2006. In: DALLA COSTA, Armando; MINELLA, Ary Cesar; GROS, Denise Barbosa; MICK, Jacques; ETCHEVERRY, Maria Soledad; IGLECIAS, Wagner (orgs.). **Desenvolvimento e crise na América Latina: estado, empresas e sociedade**. Curitiba: CRV, 2012, p. 139-178.

MANCUSO, Wagner Pralon. Investimento eleitoral no Brasil: balanço da literatura (2001-2012) e agenda de pesquisa. **Rev. Sociol. Polit.**, v. 23, n. 54, p. 155-183, jun. 2015.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MATEO-DIAZ, Mercedes. Em busca da panaceia para igualdade duradoura: sobre a arte de combinar soluções rápidas e medidas estruturais para aumentar a presença de mulheres no Parlamento. In: SOARES, Glaucio Ary Dillon; RENNÓ, Lucio R. (orgs.). **Reforma política: lições da história recente**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006, p. 71-109.

MEAD, Margaret. **Sexo e Temperamento**. 4. ed. São Paulo: Perspectiva, 2000.

MIRANDA, Anadir dos Reis. **Mary Wollstonecraft e a reflexão sobre os limites do pensamento liberal e democrático a respeito dos direitos femininos (1759-1797)**. 2010. 155f. Dissertação (Mestrado em História) – Programa de Pós-Graduação em História, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2010.

MORENO, Montserrat. **Como se ensina a ser menina: o sexismo na escola**. São Paulo: Moderna, 1999.

NICHOLSON, Linda. Interpreting gender. **Sings: Journal of Women in Culture and Society**, Chicago, vol. 20, n. 1, 1994.

NICOLAU, Jairo. Seminário Reforma Política. São Paulo, 2002. In: BENEVIDES, Maria Victoria; KERCHE, Fabio; VANNUCHI, Paulo. **Reforma política e cidadania**. 1. ed. São Paulo: Perseu Abramo, 2003.

PEIXOTO, Vitor de Moraes. Financiamento de campanhas: o Brasil em perspectiva comparada. **Perspectivas**, São Paulo, v. 35, p. 91-116, jan./jun. 2009.

PEIXOTO, Vitor de Moraes. **Eleições e financiamento de campanhas no Brasil**. 2010. 175f. Tese (Doutorado em Ciência Política) – Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2010.

PINTO, Céli; MORITZ, Maria Freitas. A tímida presença da mulher na política brasileira: eleições municipais em Porto Alegre (2008). **Revista Brasileira de Ciência Política**, Brasília, n. 2, p. 61-87, jul./dez. 2009.

PRÁ, Jussara Reis. Estereótipos e ideologias de gênero entre a juventude brasileira. **Feminismos**, Salvador, v. 1, n. 3, p. 21-43, set./dez. 2013.

RAGO, Margareth. Epistemologia feminista, gênero e história. In: PEDRO, Joana; GROSSI, Miriam (orgs.). **Masculino, feminino, plural**. Florianópolis: Ed. Mulheres, 1998, p. 25-37.

SACCHET, Teresa. Partidos políticos e (sub)representação feminina: um estudo sobre recrutamento legislativo e financiamento de campanhas. In: PAIVA, Denise (org.). **Mulheres, política e poder**. Goiânia: Câne Editorial, 2011, p. 159-186.

SACCHET, Teresa; SPECK, Bruno Wilhelm. Financiamento eleitoral, representação política e gênero: uma análise das eleições de 2006. **Opinião pública**, Campinas, v. 18, n. 1, p. 177-197, jun. 2012.

SAMUELS, David. Financiamento de campanhas no Brasil e propostas de reforma. In: SOARES, Glaucio Ary Dillon; RENNÓ, Lucio R. (orgs.). **Reforma política: lições da história recente**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006, p. 133-153.

_____. Money, elections and democracy in Brazil. **Latin American Politics and Society**, v. 43, n. 2, p. 27-48, 2001. Disponível em: http://www.academia.edu/6177971/Money_Elections_and_Democracy_in_Brazil. Acesso em: 6 dez. 2015.

_____. Pork barreling is not credit claiming or advertising: campaign finance and the source of the personal vote in Brazil. **The Journal of Politics**, v. 64, n. 3, p. 845-863, 2002. Disponível em: http://www.anpocs.org/portal/index.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=4643&Itemid=356. Acesso em: 6 dez. 2015.

SANTOS, Rodrigo Dolandeli dos. **A economia política das eleições 2002**: um estudo sobre a concentração de financiamento de campanha para deputado federal. 2009. 165f. Dissertação (Mestrado em Ciência Política) – Programa de Pós-Graduação em Ciência Política, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2009.

SARTI, Cynthia Andersen. O feminismo brasileiro desde os anos 1970: revisitando uma trajetória. **Estudos Feministas**, v. 12, n. 2, p. 35-50, mai./ago. 2004.

SCOTT, Joan. Gênero: uma categoria útil de análise histórica. *Educação e Realidade*, vol. 20, n. 2, jul./dez. 1995.

SPECK, Bruno Wilhelm. Reagir a escândalos ou perseguir ideias? A regulação do financiamento político no Brasil. **Cadernos Adenauer**, Rio de Janeiro, v. 6, n. 2, p. 123-159, set. 2005. Disponível em: <http://www.kas.de/wf/doc/9795-1442-5-30.pdf>. Acesso em: 25 mai. 2016.

_____. Financiamento de campanhas eleitorais. In: AVRITZER, Leonardo; ANASTÁSIA, Fátima (orgs.). **Reforma política no Brasil**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006, p. 153-158.

_____. Três ideias para oxigenar o debate sobre dinheiro e política no Brasil. **Em Debate**, Belo Horizonte, v. 2, n. 3, p. 6-13, mar. 2010.

TOREJANI, Aszuen Tsuyako do Carmo; BATISTA, Irinéa de Lourdes. O que acontece dentro dos muros da escola? As relações de gênero: professores x alunos x seus pares no contexto escolar atual. In: SIMPÓSIO SOBRE ESTUDOS DE GÊNERO E POLÍTICAS PÚBLICAS. **Anais...** Londrina: Universidade Estadual de Londrina, 2010, p. 54-62.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. **Resolução nº 23.373**, Brasília, 2011. Disponível em: <http://www.tse.jus.br/legislacao-tse/res/2011/RES233732011.htm>. Acesso em: 6 jun. 2016.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. **Resolução 23.406**, Brasília, 2014. Disponível em: <http://www.tre-rs.jus.br/index.php?nodo=15449>. Acesso em: 20 nov. 2015.

ZOVATTO, Daniel. Financiamento dos partidos e campanhas eleitorais na América Latina: uma análise comparada. **Opinião pública**, Campinas, v. 11, n. 2, p. 287-336, out. 2005.