

## Artigo

# Perfil do candidato ou dinheiro: de onde vem o sucesso eleitoral dos candidatos, em eleições proporcionais no Brasil?

*Candidate's expertise or money: where does the electoral success in Brazilian proportional elections come from?*

**Felipe Lima Eduardo**

Doutorando em Ciência Política na Universidade Federal de Minas Gerais e  
Pesquisador do Centro de Estudos Legislativos (CEL/UFMG)  
felipelimae@gmail.com

**Victor Araújo**

Mestrando em Ciência Política na Universidade de São Paulo e Pesquisador  
do Núcleo de Estudos Comparados e Internacionais (NECI/USP)  
e do Centro de Estudos Legislativos (CEL/UFMG)  
victor.asaraujo@usp.br

**Resumo:** A literatura sobre financiamento de campanha tem apontado a importância do dinheiro e dos atributos dos candidatos em eleições realizadas nas democracias contemporâneas. Este trabalho oferece um esforço inédito de classificação de deputados federais e estaduais em diferentes perfis eleitorais (reeleição, alta-qualidade e novatos) para comparar o efeito do gasto de campanha e dos atributos dos candidatos sobre o resultado eleitoral. Aplicamos nossa tipologia para a análise das eleições de 2010, em Minas Gerais, o estado brasileiro de maior heterogeneidade econômica e social, e com grande magnitude de eleitores e cadeiras. Nossos resultados indicam que o gasto de campanha é o principal preditor de sucesso eleitoral. Todavia, o efeito marginal dessa variável é maior nos candidatos à reeleição e alta-qualidade. Isso significa que o dinheiro potencializa a chance de vitória dos candidatos com prévia experiência política. O presente trabalho contribui para a literatura à medida que considera de maneira interativa a relação entre recursos monetários e capital político para explicar o resultado observado em eleições proporcionais no Brasil.

**Palavras-chave:** Eleições legislativas, Experiência política, Perfis de candidatos, Financiamento de campanha

**Abstract:** In this article we investigate what best explains the electoral performance of candidates in proportional elections: the candidate's profile and the amount of money spent on campaign? At first, the work shows that both variables are good predictors of performance of competing applications and the outcome of the elections. However, when comparing the explanatory power of each of them, by means of econometric analysis, it is evident that the amount of money spent on the campaign is primarily responsible for electoral success; although the impact of money varies according to the profile of the candidate. To check the electoral performance of candidates and which variable is the main explanatory factor, the study analyzed the performance of all candidates for state and federal deputy in Minas Gerais, in the 2010 elections.

**Keywords:** Legislative elections, Political expertise, Electoral candidate profile, Campaign finance

## 1. Introdução

Experiência política e expressiva quantia de dinheiro são elementos que certamente podem influenciar o desempenho eleitoral de qualquer candidato. Não importa o cargo eleitoral que esteja em disputa. Para compreender os resultados finais de uma eleição é prudente (e recomendado) considerar esses dois elementos como possíveis variáveis explicativas. Devido à importância desses fatores, identificamos, neste artigo, qual dos dois melhor explica o desempenho eleitoral dos candidatos a cargos legislativos no Brasil.

Acreditamos que apesar de alguns estudos apresentarem explicações para o desempenho eleitoral dos candidatos a cargos legislativos no Brasil (Pereira e Rennó, 2001 e 2007; Ames, 2003; Carvalho, 2003; Samuels, 2001; Silva Júnior, 2013), eles não têm concentrado esforços para identificar qual variável teria influência mais forte e decisiva sobre o resultado das eleições. Desta forma, buscamos responder à seguinte pergunta de pesquisa: *o sucesso eleitoral dos candidatos a cargos legislativos no Brasil deve-se ao perfil dos candidatos ou aos recursos financeiros gastos em campanha?* Para responder a essa questão propomos uma sequência de três hipóteses, sendo duas auxiliares, que verificam a validade analítica das variáveis propostas, e uma hipótese central que responde à pergunta do trabalho. A primeira hipótese auxiliar é a de que o perfil dos candidatos influencia o seu desempenho eleitoral (Jacobson, 1989). A segunda hipótese auxiliar é a de que um maior volume de gastos de campanha aumenta o desempenho eleitoral dos candidatos (Jacobson, 1980, 1983, 1989, 1992; Abramowitz, 1988, 1991; Samuels, 2001; Pereira e Rennó, 2001 e 2007; Lemos, Marcelino e Pederiva, 2010). A hipótese central é

a de que o volume de dinheiro gasto em campanha é mais importante do que o perfil dos candidatos para o sucesso nas eleições legislativas.

As análises realizadas utilizam, como referência, as eleições proporcionais no estado de Minas Gerais, no ano de 2010. Se, por um lado, a utilização de apenas um distrito eleitoral dificulta a generalização dos resultados encontrados, por outro, a heterogeneidade observada no estado de Minas Gerais torna esse caso o mais apropriado para o teste do nosso modelo analítico, que considera o efeito do perfil dos candidatos no resultado eleitoral. Ademais, verificamos os resultados de ambas as eleições, para deputado federal e estadual, garantindo, assim, melhores condições para a generalização das evidências apresentadas. Todos os dados utilizados neste trabalho são oriundos de fontes secundárias e foram coletados nos sites de órgãos governamentais: Assembleia Legislativa de Minas Gerais (ALMG), Câmara dos Deputados e Tribunal Superior Eleitoral (TSE).

O artigo está dividido em quatro partes. Além da introdução, apresentamos, na segunda parte, a estratégia de pesquisa e justificamos a operacionalização das principais categorias analíticas. Na terceira e quarta seções, apresentamos, respectivamente, uma discussão sobre o impacto, no resultado eleitoral, do perfil dos candidatos e do dinheiro gasto nas campanhas. Na quinta parte, empreendemos uma análise descritiva das duas dimensões referidas nas seções três e quatro e comparamos, a partir de estimativas econométricas padronizadas, a magnitude do impacto de cada uma das dimensões no sucesso eleitoral dos candidatos analisados.

## 2. Estratégia de pesquisa

Um dos pontos centrais deste artigo é a classificação do perfil dos candidatos a partir de uma variável com três categorias distintas: os candidatos novatos, os de alta qualidade e os candidatos à reeleição. Essa classificação considera os candidatos à reeleição como os mais experientes e distribui os outros candidatos em dois grupos: os candidatos de alta qualidade e os novatos. Os candidatos de alta qualidade são aqueles que já haviam exercido cargos eletivos (presidente, governador, prefeito, senador, deputado ou vereador em cidades com mais de 200 mil eleitores) ou cargos executivos de primeiro escalão (ministros ou secretários estaduais). Ou seja, candidatos de alta qualidade são aqueles que possuem experiência e podem ser considerados como

uma categoria intermediária entre os experientes (candidatos à reeleição) e os não experientes (candidatos novatos). Os candidatos novatos, obviamente, são aqueles que não eram candidatos à reeleição e não se enquadravam nos parâmetros necessários para serem considerados de alta qualidade. Os critérios propostos para esta classificação foram baseados em trabalho anterior, desenvolvido por Eduardo (2012). A **Tabela 1** mostra a distribuição dos perfis de candidatos, nas eleições legislativas de 2010, no estado de Minas Gerais.

**Tabela 1: Classificação do perfil dos candidatos nas eleições para deputado federal e estadual, em Minas Gerais, 2010.**

Perfis	Federal		Estadual	
	N	%	N	%
<b>Novato</b>	413	79	731	78
<b>Alta qualidade</b>	65	12	142	15
<b>Reeleição</b>	45	9	65	7
<b>Total</b>	523	100	938	100

Fonte: TSE, ALMG e Câmara dos Deputados.

Essa classificação permitiu comparar o desempenho eleitoral de cada perfil em relação ao número de votos obtidos, número de candidatos eleitos e o volume de dinheiro gasto (declarado) durante a campanha. A lógica esperada da distribuição dos candidatos é a de que candidatos à reeleição devem possuir um melhor desempenho, porque eles já possuem *background* eleitoral e disputam novamente o mesmo cargo. Candidatos de alta qualidade teriam o segundo melhor desempenho porque já ocuparam cargos eletivos ou políticos, mas não estão disputando a reeleição. Os candidatos novatos teriam o pior desempenho por não terem ainda exercido cargos eletivos ou políticos. Um ponto a ser ressaltado, portanto, é que os dados são trabalhados em grupos. Não importa o resultado individual de determinado candidato, mas o desempenho médio de cada perfil.

Para a classificação dos candidatos foram utilizados dados, contidos nos *sites* do TSE e ALMG, sobre os resultados das eleições para prefeito, deputado federal, deputado estadual, governador, senador e vereador, no período entre 1994 e 2010. Para a relação dos secretários e ministros de Estado, os dados utilizados compreendem o período

entre os anos de 2003-2010 e foram consultados nos *sites* específicos do Governo de Minas e do Governo Federal.

### 3. A força do perfil dos candidatos na disputa eleitoral

Neste artigo, consideramos que a força do perfil dos candidatos nas eleições legislativas pode ser mensurada sob dois aspectos. O primeiro é pelo desempenho eleitoral dos candidatos à reeleição e o segundo é pelo desempenho dos candidatos de alta qualidade. Existem outros elementos que também poderiam ser considerados indicadores de perfil dos candidatos como, por exemplo, número de eleições disputadas, tempo de filiação partidária etc. A delimitação aqui – considerando experiência como ser candidato à reeleição ou de alta qualidade – tem raiz na literatura comparada que, por longo período, aponta esses dois perfis como candidatos com desempenho diferenciado entre os concorrentes (Gerber, 1988; Howell, 1982; Jacobson, 1978, 1980, 1990).

Os estudos norte-americanos mostram que os candidatos à reeleição são diferenciados, porque possuem uma série de benefícios durante o mandato legislativo, o que favorece a sua visibilidade e a promoção de sua imagem (Mayhew, 1974; Fiorina, 1977 e Fenno, 1978). Para Mayhew (1974), as casas legislativas, por meio de diversos recursos de comunicação, permitem ao legislador um canal direto e constante de comunicação com o seu eleitorado. Fiorina (1977) considera que a força do deputado está no atendimento das demandas pessoais do seu eleitor em assuntos pertinentes à burocracia estatal. Fenno (1978) aponta que a força eleitoral dos deputados está na possibilidade de contato constante e personalizado com os eleitores. Em resumo, este conjunto de trabalhos clássicos mostra que os benefícios proporcionados pelas casas legislativas potencializam a força dos candidatos à reeleição.

Sendo assim, eles seriam candidatos com experiência eleitoral e recursos institucionais disponíveis para o constante trabalho de fortalecimento eleitoral. Vale destacar que a força eleitoral dos candidatos à reeleição foi demonstrada por um grande número de estudos (Cox e Jonathan, 1996; Carey et al, 2000; Carson e Crespín, 2004; Abramowitz, 2006; Carson et al, 2007), tanto em sistemas majoritários quanto em sistemas proporcionais (Maddens; Put, 2013). Nessa mesma linha, estudos brasileiros também demonstram que os candidatos à reeleição, nas eleições legislativas, são eleitoralmente mais fortes

do que os seus concorrentes (Pereira e Rennó, 2001 e 2007; Ames, 2003; Carvalho, 2003; Samuels, 2001a, 2001b; Eduardo, 2012; Silva Júnior, 2013). Não há dúvida, pois, que os atributos relacionados aos candidatos à reeleição devem ser considerados enquanto dimensão independente nas análises que investigam sucesso eleitoral.

O segundo conjunto é o de candidatos de alta qualidade. A inclusão desse grupo segue indicação do trabalho de Jacobson (1989), que demonstra que o grupo de candidatos desafiantes (os que disputam a eleição, mas não estão concorrendo à reeleição) deve ser separado entre novatos e experientes. A inclusão da categoria alta qualidade no perfil dos candidatos legislativos brasileiros foi realizada por Eduardo (2012) e permitiu que a experiência política, em determinada eleição, pudesse ser avaliada a partir de uma escala de três perfis, descritos na seção anterior.

Seguindo os estudos que mostram que candidatos à reeleição e candidatos de alta qualidade possuem atributos que os beneficiam em disputas eleitorais, apresentamos a primeira hipótese auxiliar: *candidatos à reeleição e de alta qualidade possuem desempenho eleitoral superior aos novatos*. O teste dessa primeira hipótese é importante para identificar se a variável perfil de candidatos pode ser utilizada para explicar o desempenho dos candidatos nas eleições legislativas brasileiras.

#### 4. A força do dinheiro gasto pelos candidatos na disputa eleitoral

Os estudos legislativos norte-americanos (Jacobson, 1983, 1989, 1992; Abramowitz, 1991), bem como os estudos brasileiros (Samuels, 2001; Pereira e Rennó, 2001 e 2007; Lemos, Marcelino e Pederiva, 2010), apontam como uma das principais variáveis explicativas do sucesso eleitoral a capacidade de arrecadação financeira dos candidatos<sup>1</sup>. Dessa forma, faz-se necessário verificar a relação entre o desempenho eleitoral dos perfis de candidatos e o seu poder de arrecadação de recursos financeiros.

Na literatura estadunidense, entre outros trabalhos, vale destacar a análise seminal, realizada por Jacobson (1978), que possui interessante e diferente análise da relação entre candidatos e gastos de campanha. Segundo ele, o valor gasto na campanha de um candidato à reeleição nas eleições norte-americanas está relacionado ao tamanho

---

<sup>1</sup> Mesmo que os candidatos não declarem todos os seus gastos ao TSE, como é de conhecimento geral a existência do chamado “caixa dois” de campanha, Samuels (2001) aponta que os dados oficiais do TSE podem levar a boas inferências sobre os valores arrecadados pelos candidatos e sobre quem foram os financiadores.

do risco que ele possui de perder as eleições. A tese de Jacobson é que os candidatos à reeleição que mais gastam dinheiro seriam os que se consideram mais vulneráveis em determinado período eleitoral. De acordo com o autor, os candidatos à reeleição já gastariam grande volume de dinheiro durante o exercício do mandato para divulgar as suas ações e manter contato direto com os eleitores. Esse esforço realizado durante o mandato reduziria a necessidade de um alto gasto financeiro durante as campanhas eleitorais. Em relação aos candidatos desafiantes, a situação seria inversa, pois teriam apenas o período eleitoral para se tornar conhecidos, precisando gastar muito mais durante as eleições (Jacobson, 1992).

No caso brasileiro, Samuels (2001a, 2001b) analisou o volume financeiro arrecadado pelos candidatos à reeleição e dos outros concorrentes que venceram as eleições para a Câmara dos Deputados. A sua conclusão é de que os candidatos à reeleição e os concorrentes que venceram as eleições arrecadam de maneira igual e necessitam da mesma quantidade de recursos financeiros para serem eleitos. Portanto, segundo ele, a tese de Jacobson (1992) não se aplicaria no país. Ainda de acordo com Samuels, o modelo brasileiro favoreceria apenas os candidatos mais ricos ou que conseguem arrecadar maiores quantias, não importando se são candidatos à reeleição ou novatos. Análises posteriores colocaram em xeque as evidências apontadas por esse autor e sugerem, em consonância com Jacobson (1978, 1992), que os perfis dos candidatos devem ser levados em consideração nos estudos eleitorais (Cervi, 2010; Figueiredo Filho, 2009; Peixoto, 2010; Marcelino, 2010, Mancuso, 2012, Speck; Mancuso, 2013).

Dessa forma, confrontando as duas linhas argumentativas, observamos qual foi o desempenho dos perfis de candidatos, a partir da quantidade de recursos financeiros gastos por eles, para identificar a força do financiamento de campanha como variável explicativa das eleições proporcionais brasileiras. Nesse sentido, apresentamos a segunda hipótese que será testada neste trabalho, a saber, que *o aumento no volume de gastos de campanha implica melhora do desempenho eleitoral dos candidatos*.

## 5. Dados e métodos

### A) Descrevendo o impacto dos perfis eleitorais em eleições proporcionais

Primeiro, verificamos qual o total de votos nominais obtidos pelo conjunto de candidatos novatos, de alta qualidade e reeleição. No total de votos nominais de cada perfil de candidato, os que estavam concorrendo à reeleição como deputado federal obtiveram 50,64% de todos os votos nominais da eleição (4.819.251 votos). Nas eleições para deputado estadual, os candidatos à reeleição obtiveram 45,05% do total de votos (4.129.027 votos). Em um universo de 523 candidatos a deputado federal, os candidatos à reeleição, que eram apenas 45, ou seja, 9% do conjunto de candidatos, obtiveram metade do total de votos (50,65%). Com relação aos deputados estaduais, os candidatos à reeleição, que eram 65,7% dos 938 candidatos, obtiveram 45,05% do conjunto de votos da eleição (**Tabela 2**). Os candidatos de alta qualidade são o segundo grupo em total de votos obtidos. Na eleição para deputado federal conquistaram 28,55% dos votos, sendo que o número de candidatos nesse perfil era de 65. Na eleição para deputado estadual os candidatos de alta qualidade obtiveram 28,85% de todos os votos, tendo em seu grupo 142 candidatos (**Tabela 2**). Os candidatos novatos, que eram 413 na eleição para deputado federal, ficaram com 20,80% dos votos. Na eleição para deputado estadual, conquistaram 26,10% dos votos, tendo no grupo 731 candidatos.

**Tabela 2:** Total de votos nominais obtidos por perfil de candidato nas eleições proporcionais para deputado federal e estadual, em Minas Gerais, 2010.

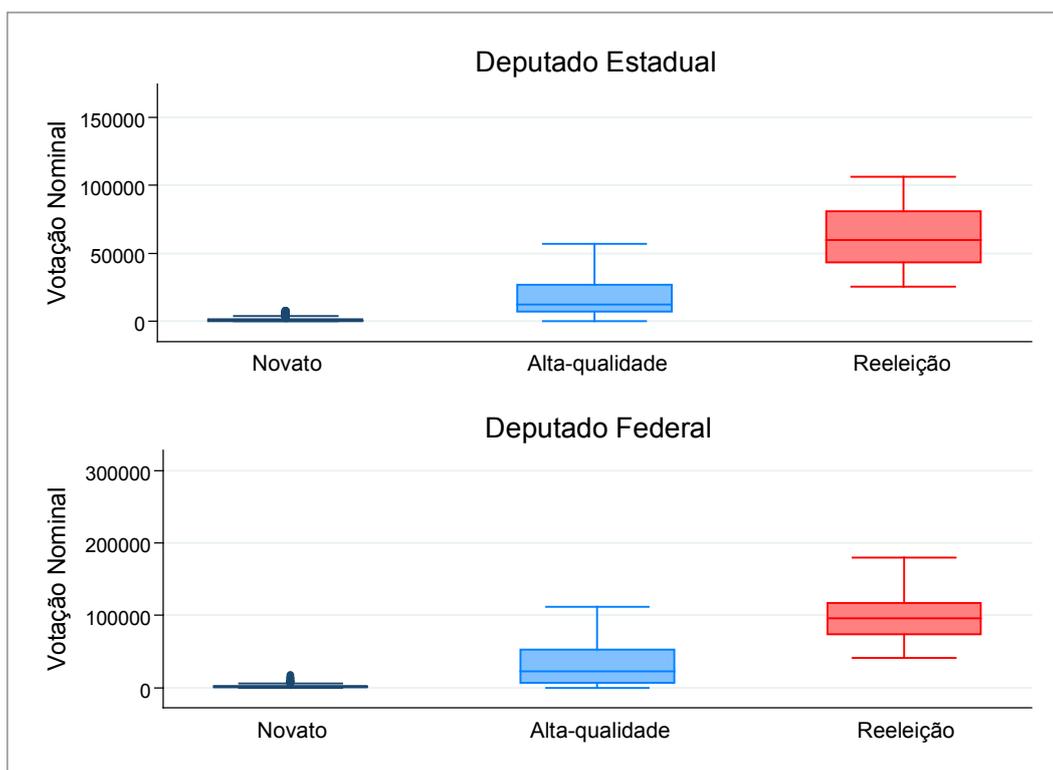
<b>Federal</b>	<b>Novatos</b>	<b>Alta Qualidade</b>	<b>Reeleição</b>	<b>Total</b>
Votos Nominais	1.979.363	2.717.170	4.819.251	9.515.784
% dos votos	20,80%	28,55%	50,65%	100,00%
N de candidatos por perfil	413	65	45	523
<b>Estadual</b>	<b>Novatos</b>	<b>Alta Qualidade</b>	<b>Reeleição</b>	<b>Total</b>
Votos Nominais	2.392.575	2.644.826	4.129.027	9.166.428
%	26,10%	28,85%	45,05%	100,00%
N de candidatos por perfil	731	142	65	938

Fonte: TSE, ALMG e Câmara dos Deputados.

Esses primeiros dados mostram a importância do perfil dos candidatos como fator explicativo nas eleições legislativas. De forma resumida, os candidatos que já possuíam

alguma experiência (alta qualidade e reeleição) obtiveram 79,20% de todos os votos na eleição para deputado federal. Destaca-se que esse total de votos foi alcançado por apenas 110 candidatos, considerados os mais experientes, enquanto os candidatos sem experiência (413) ficaram com apenas 20,80% dos votos. Na eleição para deputado estadual o resultado é semelhante. Os candidatos com experiência (alta qualidade e reeleição), que somavam 207 candidatos, conquistaram 73,90% dos votos enquanto os candidatos novatos (731) obtiveram 26,10% dos votos.

**Gráfico1:** Diagramas de caixa (*boxplots*) sobre a votação nominal dos perfis de candidatos nas eleições proporcionais para deputado estadual e federal em Minas Gerais, 2010<sup>2</sup>.



Fonte: TSE, ALMG e Câmara dos Deputados.

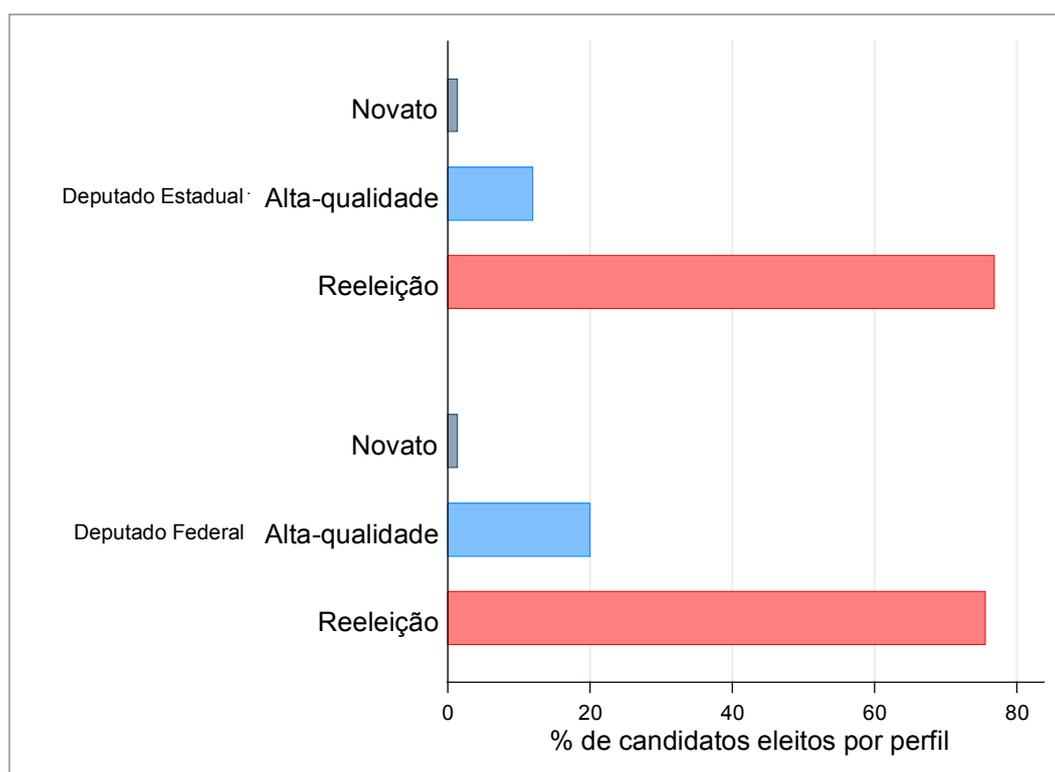
Algumas demonstrações descritivas sobre a votação nominal, obtidas por cada perfil analisado, permitem explicitar melhor a diferença entre os candidatos. Enquanto

<sup>2</sup> O gráfico 1 apresenta os valores da média, mediana, desvio-padrão, mínimo e máximo das distribuições apresentadas. Os pontos situados acima do ponto máximo do boxplot representam os valores acima de três desvios padrões da média (outliers).

os candidatos à reeleição atingiram mediana de 96.309 votos na eleição federal e 59.739 votos na eleição estadual, a mediana dos candidatos de alta qualidade ficou em 22.201 votos, na eleição para deputado federal, e em 12.327, na eleição para deputado estadual.

Os candidatos novatos obtiveram mediana de 1.614 votos na eleição para deputado federal, e de 1.087, na eleição para deputado estadual (**Gráfico 1**). Vale destacar que a alta mediana dos candidatos à reeleição demonstra que todos os candidatos do grupo são mais competitivos, o que também pode ser visto pela distribuição dos quartis dos diagramas de caixa (*boxplots*) de cada grupo (**Gráfico 1**).

**Gráfico 2:** Percentual de candidatos eleitos, por perfil, nas eleições proporcionais para deputado federal e estadual, em Minas Gerais, 2010.



Fonte: TSE, ALMG e Câmara dos Deputados.

O conjunto de votos obtidos pelos perfis de candidatos, apesar de útil para apresentar o desempenho eleitoral, não é suficiente para demonstrar o resultado final das eleições, pois esse resultado depende do número de cadeiras que o partido ou a coligação possui a partir do quociente eleitoral. Sendo assim, é necessário verificar também a porcentagem de sucesso eleitoral de cada perfil nas eleições.

Na eleição para deputado federal foram eleitos 1,45% dos candidatos novatos, 20% dos candidatos de alta qualidade e 75,56% dos candidatos à reeleição. Na eleição para deputado estadual, obtiveram vitória nas urnas 1,37% dos novatos, 11,97% dos candidatos de alta qualidade e 76,92% dos candidatos à reeleição (**Gráfico 2**). O mais importante dessa análise é o baixo desempenho dos candidatos novatos. Mesmo sendo esse o grupo que contempla a grande maioria dos candidatos – cerca de 80% de todos os concorrentes (tanto na eleição federal quanto na estadual) –, os percentuais de vitórias do grupo são extremamente baixos: apenas 1,45% (6 candidatos) dos candidatos foram eleitos na eleição para deputado federal e também apenas 1,37% (10 candidatos) na eleição estadual (**Gráfico 2**). Mais uma vez, o perfil dos candidatos mostrou-se importante para explicar o resultado de eleições proporcionais no Brasil.

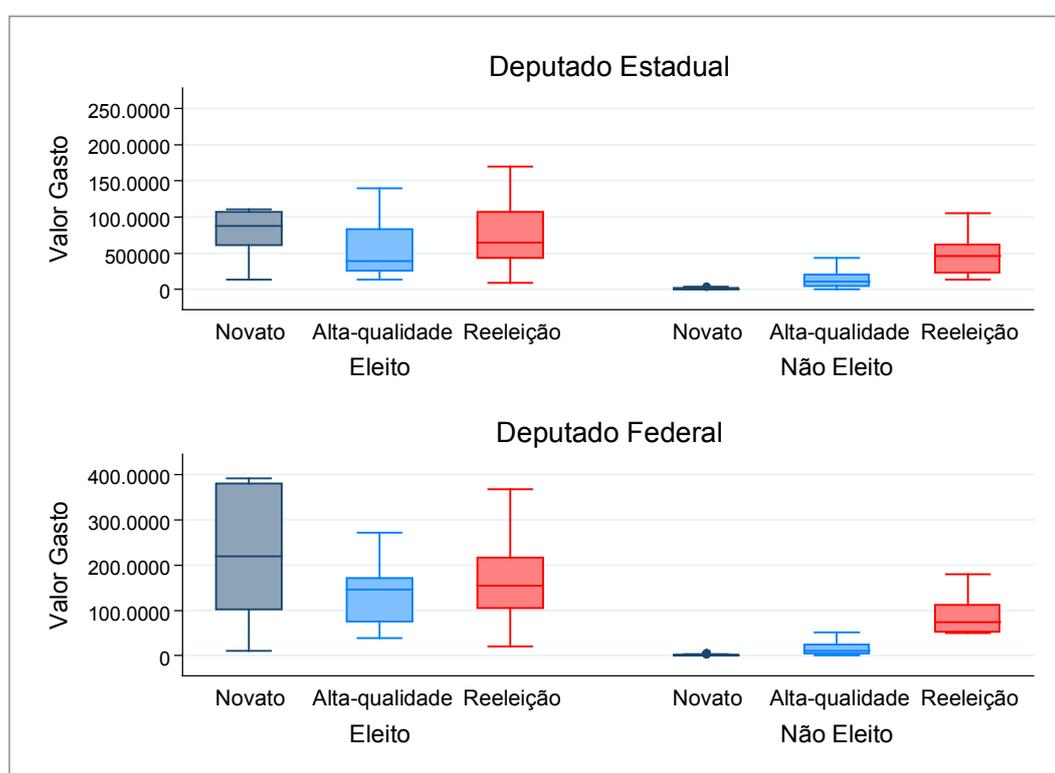
Por fim, conclui-se, por meio do coeficiente de correlação de *Spearman*, que o perfil dos candidatos pode explicar parte da votação nas eleições legislativas. Para ambas as eleições, os coeficientes apresentaram valores relativamente altos e semelhantes, sendo de 0,62 na eleição para deputado federal e 0,64 na eleição para deputado estadual. O resultado dos coeficientes indica, portanto, que existe associação entre o fato de ser um candidato mais experiente e o número de votos obtidos pelo candidato. Esse último resultado, bem como os outros apresentados nesta seção, são fortes indícios de que o perfil dos candidatos é uma variável relevante para explicar o resultado final de eleições legislativas no Brasil.

## **B) Descrevendo o impacto do dinheiro em eleições proporcionais**

Os dados sobre as eleições proporcionais em Minas Gerais seguem a direção de alguns dos resultados que a literatura já havia apontado para as eleições legislativas brasileiras: os candidatos à reeleição e os seus desafiantes precisam despender enorme esforço financeiro para conseguir ser eleitos. Isso pode ser notado pela grande diferença entre os valores gastos pelos candidatos eleitos e os valores gastos pelos candidatos não eleitos (**Gráfico 3**). Apesar de Samuels (2001a) acreditar que há diferenças entre o padrão de arrecadação das eleições norte-americanas e o padrão brasileiro, os dados deste trabalho parecem discordar de Samuels (2001a) e confirmar a tese de Jacobson (1992).

Mesmo os candidatos eleitos de cada perfil tendo apresentado volume de gastos muito próximos entre eles, os dados mostram que a mediana dos gastos dos candidatos novatos eleitos foi consideravelmente maior, tanto na eleição no âmbito federal quanto no âmbito estadual, do que dos candidatos eleitos dos outros perfis. Essa diferença nos gastos mostra que os candidatos novatos, para tornarem-se competitivos, precisam gastar mais do que os outros, o que vai ao encontro da tese apontada por Jacobson (1992) para o caso estadunidense, e de Speck e Mancuso (2014) para o caso brasileiro. Quando consideramos os candidatos eleitos e não eleitos, o perfil de candidatos à reeleição é o único quem mantém alta mediana de recursos gastos. Isso pode ser explicado pela maior capacidade de atração de recursos que esses parlamentares possuem (Araújo et al, 2015).

**Gráfico 3:** Diagramas de caixa (*boxplots*) para o volume de recursos financeiros gastos pelos candidatos eleitos e não eleitos, nas eleições estaduais e federais, em Minas Gerais, 2010<sup>3</sup>.



Fonte: TSE, ALMG e Câmara dos Deputados.

**3** O gráfico 3 apresenta os valores da média, mediana, desvio-padrão, mínimo e máximo das distribuições apresentadas. Os pontos situados acima do ponto máximo do *boxplot* representam os valores acima de três desvios padrões da média (*outliers*).

O gasto financeiro dos candidatos de alta qualidade também apresenta algumas importantes diferenças: esse perfil de candidatos foi o que obteve menores medianas, no total dos gastos de campanha, entre os candidatos que foram eleitos (**Gráfico 3**). Isso significa que, para os candidatos eleitos, esse foi o perfil que precisou de menor volume de recursos financeiros. Esse resultado pode estar relacionado com uma provável estratégia de concentração dos votos dos candidatos de alta qualidade em municípios de tamanho médio. A concentração dos votos dos candidatos de alta qualidade poderia ser a estratégia economicamente mais viável e eficiente para esses candidatos. Apesar de razoável, não temos condições de testar tal hipótese no presente trabalho. Estudos futuros deverão buscar compreender melhor as estratégias utilizadas pelos candidatos de alta qualidade para vencer eleições.

Além de confirmar o favoritismo dos candidatos à reeleição em relação ao volume de gastos, os dados também reafirmam, em parte, as teses de Samuels (2001a) e de Jacobson (1992). Com relação a Samuels (2001a), os dados mostram que a realidade eleitoral brasileira é realmente marcada pela capacidade de arrecadação dos candidatos. Os candidatos eleitos gastam muito mais do que os derrotados. Sendo assim, Samuels está correto quando aponta que as eleições legislativas brasileiras são caras, tanto para os candidatos à reeleição quanto para os candidatos desafiantes. Mas os dados também revelam, como ressaltado por Jacobson (1992), que os candidatos novatos eleitos precisaram de volume de recursos muito maior do que o dos candidatos à reeleição.

Para finalizar esta seção e salientar a força do gasto de campanha como variável explicativa para o desempenho eleitoral dos candidatos, apresentamos os resultados da correlação de Pearson entre o valor gasto na campanha e a votação dos candidatos. Na eleição para deputado federal, o coeficiente da correlação de Pearson ficou em 0,826, e na eleição estadual o coeficiente foi de 0,767. Em ambas as eleições, pode-se dizer que os coeficientes encontrados apontaram uma correlação alta, positiva e significativa. Isso indica que a votação dos candidatos aumenta na medida em que aumenta o valor gasto na campanha. Dessa forma, como os estudos brasileiros e norte-americanos já apontavam, há, realmente, forte relação entre desempenho eleitoral e volume de recursos financeiros usados na campanha. No entanto, esse desempenho varia substantivamente de acordo com o perfil eleitoral do candidato.

### **C) Perfil ou dinheiro: o que é mais importante para os candidatos?**

Nas duas seções anteriores deste artigo, avaliamos a capacidade explicativa individual de cada uma das variáveis em relação ao desempenho dos candidatos a cargos legislativos em Minas Gerais. Os resultados encontrados foram coerentes com a literatura sobre o tema, confirmando que o perfil do candidato e o gasto de campanha são variáveis importantes a serem consideradas na compreensão dos resultados finais das eleições legislativas. Nesta seção, apresentamos uma análise mais sofisticada identificando qual variável teria maior capacidade explicativa. Para isso, testamos a hipótese central deste artigo: gasto em campanha é mais relevante que o perfil do candidato.

Para realizar esse empreendimento, ajustamos dois conjuntos de modelos de regressão, um linear e outro logístico, com o objetivo de estimar, respectivamente, os determinantes do número de votos válidos obtidos pelos candidatos e o o sucesso eleitoral dos mesmos. Vale ressaltar que, não se trata de testar exaustivamente quais os determinantes do sucesso eleitoral dos candidatos analisados neste trabalho. Nos termos de Angrist e Pischke (2008), técnicas de regressão podem ser utilizadas com dois objetivos: A. exercícios inferenciais de natureza descritiva e; B. exercícios inferenciais de natureza causal. Os modelos ajustados e apresentados neste trabalho estão de acordo com o objetivo A. Trata-se, assim, da utilização da técnica de regressão sem ter a pretensão de validar um argumento causal.

O modelo linear tem como variável dependente a votação final dos candidatos e mostra o desempenho eleitoral deles independentemente do resultado final. O modelo logístico considera apenas o resultado final da eleição, se os candidatos foram eleitos ou não. O uso de ambos os modelos é importante, pois, nas eleições legislativas brasileiras, o desempenho eleitoral dos candidatos não pode ser medido apenas pelos indicadores de vitória ou derrota nas eleições. No complexo sistema eleitoral brasileiro, que apresenta grande número de candidatos, partidos e coligações, um candidato, para ser eleito, muitas vezes não depende apenas do seu desempenho eleitoral, mas de algumas condições estratégicas e conjunturais impostas pelas alianças partidárias no momento da construção das coligações eleitorais.

O modelo de regressão linear mostra que o perfil dos candidatos e o gasto de campanha são importantes variáveis explicativas para o desempenho eleitoral dos

candidatos, mesmo quando analisadas em conjunto. Ambas apresentaram significância e alta capacidade explicativa do fenômeno investigado, medida pelo valor do  $R^2$ , nas eleições para deputado estadual e deputado federal (Tabela 3). Os modelos ajustados mostram que, na eleição para deputado federal, o candidato possuir experiência intermediária (alta qualidade) aumenta em 32,58%<sup>4</sup> a votação final dele e possuir maior grau de experiência (reeleição) aumenta em 51,59% a sua votação. O modelo para deputado federal revela também que um aumento de um ponto percentual no gasto de campanha do candidato aumenta em 61,8% a sua votação. Na eleição para deputado estadual os resultados são parecidos. Em comparação com os novatos, o candidato possuir experiência intermediária (alta qualidade) aumenta em 30,73% sua votação e possuir maior grau de experiência (reeleição) aumenta em 66,86%. A regressão mostra também que um aumento de um ponto percentual no gasto de campanha para deputado estadual aumenta em 63,30% a votação do candidato (Tabela 3).

**Tabela 3: Determinantes da votação nominal<sup>5</sup> dos candidatos, nas eleições legislativas para deputado federal e estadual em MG, ano a ano de 2010.**

Variáveis	Deputado Estadual			Deputado Federal				
	(I)	(II)	(III)	(β) Padronizado	(IV)	(V)	(VI)	(β) Padronizado
<b>Ref. Novato</b>								
Alta-qualidade	1.031*** (0.0459)		0.268*** (0.0368)	0.1286	1.136*** (0.0833)		0.282*** (0.0486)	0.1126
Reeleição	1.724*** (0.0336)		0.512*** (0.0489)	0.1745	1.833*** (0.0441)		0.416*** (0.0658)	0.1439
ln (gasto em campanha)		0.748*** (0.0147)	0.633*** (0.0210)	0.7535		0.716*** (0.0165)	0.618*** (0.0254)	0.7722
Constante	3.049*** (0.0257)	0.222*** (0.0668)	0.615*** (0.0835)		3.158*** (0.0349)	0.476*** (0.0787)	0.809*** (0.103)	
<b>N</b>	780	780	780		442	442	442	
<b>R<sup>2</sup></b>	0.508	0.792	0.814		0.529	0.801	0.815	
Erro padrão robusto entre parênteses								
*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1								

<sup>4</sup> A magnitude correta dos Betas é mensurada pela fórmula  $[\text{Exp}(\beta)-1]*100$  (Wooldridge, 2008).

<sup>5</sup> ln (Votação Nominal).

Para comparar qual das variáveis possui maior impacto sobre a variável dependente no modelo de regressão estimamos os betas padronizados, tendo em vista que não é possível comparar o efeito de variáveis medidas em escalas diferentes. Ao padronizar os coeficientes estimados tornamos os betas comparáveis e podemos mensurar o impacto independente de cada uma das variáveis. Em ambas as eleições, os resultados dos betas padronizados mostraram que, para o modelo proposto, que considera o perfil dos candidatos e gasto de campanha como variáveis explicativas, o dinheiro foi o componente com maior impacto.

Os resultados apresentados pelos betas padronizados do gasto de campanha foram de 0,772 na eleição federal e de 0,754 na estadual (**Tabela 3**). Dessa forma, quando avaliamos apenas a votação obtida pelos candidatos os resultados seguem na direção esperada pela hipótese deste trabalho, em que o volume de dinheiro gasto na campanha seria mais relevante do que a experiência do candidato.

De forma complementar, utilizamos um modelo de regressão logística, que possui como variável dependente o sucesso (1) ou fracasso na eleição (0) para também verificar se dinheiro é mais importante que experiência nas eleições proporcionais, quando analisamos a vitória ou derrota dos candidatos. No modelo logístico, a categoria de experiência intermediária do perfil dos candidatos (alta qualidade) não apresentou significância estatística, apontando provavelmente para uma menor relevância da experiência política como variável explicativa para o resultado final das eleições (**Tabela 4**).

Por outro lado, a chance de um candidato à reeleição ser eleito é 397,1% (5 vezes) maior do que a chance de um candidato novato na eleição para deputado federal, e 1.127% (12 vezes) maior na eleição para deputado estadual. Sendo assim, por mais que os candidatos de alta qualidade não apresentem significância estatística, o resultado dos candidatos à reeleição continua apontando para um efeito positivo do perfil dos candidatos. No modelo logístico, como no modelo linear, o gasto de campanha apresentou, mais uma vez, um forte efeito sobre o resultado das eleições. O aumento de um ponto percentual no gasto de campanha aumenta em 5.337% (54 vezes) a chance de o candidato ser eleito na eleição para deputado federal e em 4.269% (43 vezes) na eleição para deputado estadual (**Tabela 4**).

Ademais, assim como nos modelos lineares, nos dois cargos analisados (estadual e federal), o impacto do gasto em campanha é maior que os perfis dos candidatos. Gastar

mais na campanha tem um impacto quase três vezes maior sobre a chance de sucesso eleitoral do que ser um candidato à reeleição.

**Tabela 4: Determinantes do sucesso eleitoral<sup>6</sup> das eleições legislativas para deputado federal e estadual em MG, nas eleições de 2010.**

Variáveis	Deputado Estadual			Deputado Federal				
	(I)	(II)	(III)	(β) Padronizado	(IV)	(V)	(IV)	(β) Padronizado
<b>Ref. Novato</b>								
Alta-qualidade	2.037*** (0.411)		0.430 (0.451)	0.3861	2.654*** (0.517)		0.863 (0.708)	0.3500
Reeleição	5.305*** (0.440)		2.508*** (0.493)	0.2746	5.130*** (0.539)		1.604** (0.681)	0.3027
ln (gasto em campanha)		4.508*** (0.487)	3.777*** (0.517)	0.9587		4.515*** (0.725)	3.996*** (0.783)	1.0935
Constante	4.032*** (0.319)	25.76*** -2.722	22.71*** -2.861		4.001*** (0.412)	26.61*** -4.276	24.59*** -4.734	
<b>N</b>	780	780	780		442	442	442	
<b>Pseudo R<sup>2</sup></b>	0.4587	0.5827	0.6498		0.4623	0.6842	0.7008	
<b>Log likelihood</b>	-104.885	-136.056	-88.024		-87.160	-51.184	-48.500	
Erro padrão robusto entre parênteses								
*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1								

A conclusão geral dos modelos (Tabelas 3 e 4) é que o impacto de ambas as variáveis, perfil dos candidatos e gasto em campanha, parece ser relevante para o desempenho dos candidatos nas eleições para deputado federal e estadual. Tais evidências reforçam os resultados já encontrados anteriormente nas análises descritivas. Os modelos também demonstram que o gasto em campanha apresenta um efeito mais forte do que a experiência. Portanto, acreditamos que os resultados trazem elementos para corroborar a hipótese principal de que, para determinar o desempenho eleitoral dos candidatos, volume de dinheiro gasto em campanhas é mais importante do que o perfil do candidato.

<sup>6</sup> Eleito =1 e Não Eleito = 0.

A validação dessa hipótese, no entanto, não permite desconsiderar os atributos dos candidatos. Faz-se necessário testar a interação entre o gasto de campanha e o perfil de cada um dos candidatos. Essa é a forma mais apropriada de mensurar o efeito do gasto de campanha nos candidatos novatos, alta qualidade e reeleição.

Os modelos de regressão com termos de interação servem para testar hipóteses condicionais. A questão que se busca compreender é se na presença de uma variável [Z] a relação entre [X] e [Y] é afetada. O fato de querer testar uma hipótese condicional diferencia esses modelos das análises nas quais apenas modelos aditivos – em que as hipóteses são não condicionais – são estimados. Como asseveram Norton et al (2004), a análise pura e simples dos coeficientes estimados e reportados por tabelas pode esconder evidências importantes. Em alguns casos a significância reportada pode induzir ao erro. Interações não significativas em tabelas podem ter efeito sobre Y, enquanto interações significativas podem esconder efeitos nulos sobre a variável resposta. A fim de evitar esse erro e garantir que a análise seja o menos viesada possível, testamos uma hipótese condicional a partir da operacionalização de modelos interativos proposta por Brambor et al (2006).

$$y = W_0 + W_1 X + W_2 Z + m$$

$$Y = b_0 + b_1 X + b_2 Z + B_2 XZ + e.$$

Onde;

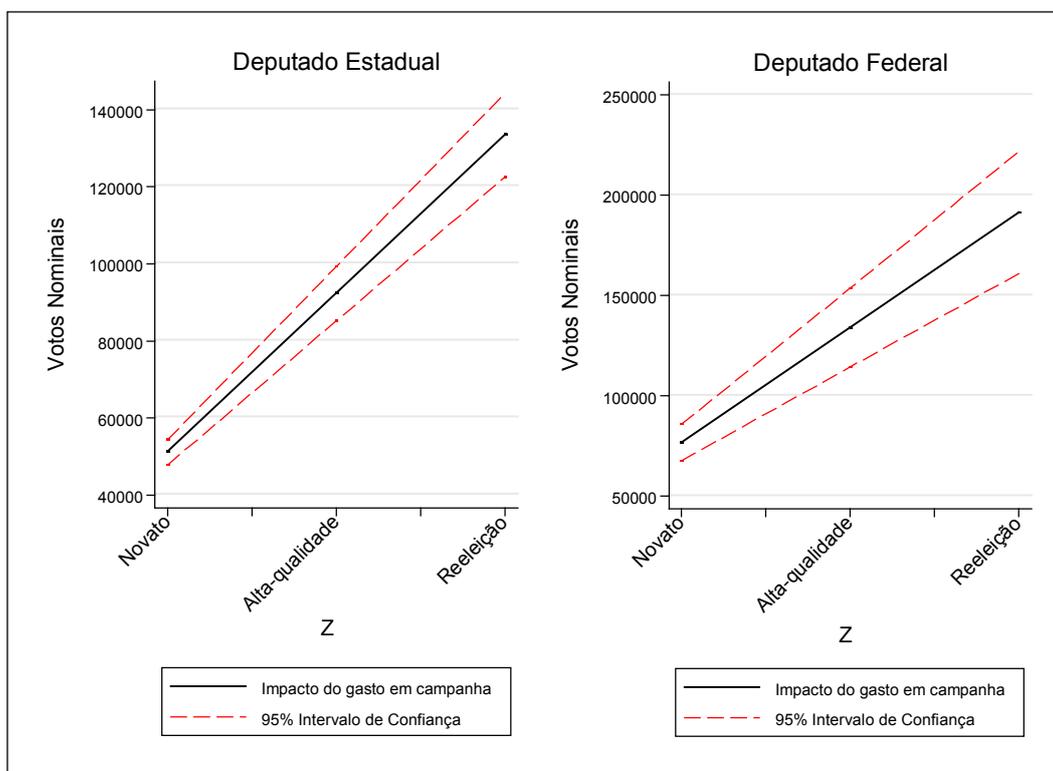
*X = variável independente de interesse;*

*Z = fator de variação*

*X\*Z = termo de interação entre X e Z.*

O **gráfico 4** reporta o efeito do gasto em campanha (X) sobre a votação nominal dos candidatos (Y), considerando os diferentes perfis eleitorais (novato, alta qualidade e reeleição) utilizados neste trabalho (Z). Como é possível visualizar, o efeito marginal do gasto de campanha é maior nos candidatos reeleição e alta qualidade vis-à-vis os candidatos novatos. Isso significa que, na média, os dois primeiros perfis de candidatos precisam de menos dinheiro para conseguir obter a mesma quantidade de votos dos candidatos sem prévia experiência política. Sendo assim, o gasto em campanha apenas potencializa o efeito do capital político acumulado pelos candidatos veteranos.

**Gráfico 4:** Impacto do gasto em campanha sobre votação nominal, de acordo com o perfil eleitoral dos candidatos (Novato, Alta qualidade e Reeleição).



Fonte: TSE, ALMG e Câmara dos Deputados.

Esse resultado explica por que, embora os candidatos novatos, na média, invistam mais em suas campanhas (ver **gráfico 3**), os candidatos alta qualidade e reeleição estão sempre em posição de vantagem. Embora o gasto em campanha seja o componente principal da equação que explica o sucesso eleitoral, o dinheiro não é tudo. Os atributos dos candidatos potencializam ou não o efeito do gasto de campanha em eleições proporcionais.

## 6. Robustez dos resultados

A endogeneidade é um dos principais problemas dos trabalhos que analisam o impacto conjunto dos gastos em campanha e dos atributos dos candidatos. Esse viés provém de duas principais fontes: [i] do fato de haver uma alta correlação entre os atributos dos candidatos e a capacidade de atração de recursos de campanha; e, [ii]

da dificuldade de isolar o efeito produzido pelas dimensões relacionadas aos atributos dos candidatos sobre o resultado eleitoral das variáveis que mensuram o gasto em campanha.

Uma alternativa, como sugere Gerber (1988), é limpar a endogeneidade através de variáveis instrumentais, fazendo uso de algum fator exógeno que seja altamente correlacionado com o regressor de interesse (X), mas não correlacionado com outros fatores que afetam a variável explicada (Y). O desafio de seguir essa via é encontrar variáveis instrumentais que sejam válidas, tanto do ponto de vista teórico quanto do ponto de vista econométrico.

Outro caminho é deixar claro para o leitor a espécie e o tamanho do viés em questão. No caso deste trabalho, se os atributos dos candidatos e os gastos de campanha fossem altamente correlacionados, seria difícil prever de forma precisa o impacto de cada uma das dimensões sobre o resultado eleitoral. Isso porque a alta correlação entre as variáveis implica estimar coeficientes com maiores erros padrões. É possível diagnosticar o grau de colineariedade por meio do teste VIF (Variance Inflation Factor). O teste permite dimensionar o quanto a variância de cada coeficiente  $b$  é inflacionada por sua colinearidade – associação com as outras variáveis controladas num dado modelo econométrico.

Como sugerem Asteriou e Hall (2007), valores do VIF próximos de 5 deveriam ser interpretados como indício de multicolineariedade nos modelos estimados, valores acima de 5 deveriam ser interpretados como indício de colineariedade perfeita entre as variáveis analisadas. A **tabela 5** reporta os valores do teste VIF para os modelos estimados<sup>7</sup> nas tabelas **3** e **4** deste trabalho.

---

<sup>7</sup> Os testes VIF não foram realizados para os modelos I e IV das tabelas 3 e 4. Não faz sentido realizar análise de colineariedade para modelos estimados com apenas uma variável independente.

**Tabela 5:** Teste de Multicolineariedade para os modelos MQO e LOGIT

Modelos MQO		Modelos LOGIT	
Tabela 3		Tabela 4	
Modelo (II)	1.00	Modelo (II)	2.03
Modelo (III)	1.63	Modelo (III)	2.44
Modelo (V)	1.00	Modelo (V)	2.03
Modelo (IV)	1.63	Modelo (IV)	2.44

Os resultados do teste VIF reportados na **tabela 5** indicam que, nos seis modelos ajustados em cada tabela, os erros padrões dos coeficientes estimados não foram afetados por problemas relacionando à colineariedade entre as variáveis. Isto é, não existem indícios de alta colineariedade nem de perfeita colineariedade entre as variáveis. Dessa forma, ainda que, por se tratar de um desenho analítico de natureza não aleatória, alguma fonte desconhecida de viés possa ter afetado os coeficientes estimados (Angrist; Pischke, 2008), temos razões para crer que os resultados apresentados neste trabalho podem ser considerados robustos.

## 7. Conclusão

As análises empreendidas neste artigo demonstraram que o perfil do candidato e o financiamento de campanha são variáveis de grande relevância para a compreensão do desempenho dos candidatos a cargos legislativos no Brasil. A força de ambas as variáveis foram demonstradas por análises descritivas e econométricas, e os resultados apresentados foram expressivos. Ao responder a pergunta de pesquisa – *o sucesso eleitoral dos candidatos a cargos legislativos no Brasil deve-se ao perfil dos candidatos ou aos recursos financeiros gastos em campanha?* – os resultados indicam que para ser eleito deputado, em Minas Gerais, o fator mais importante é o quanto de dinheiro o candidato emprega em sua campanha. As análises padronizadas mostraram que o perfil dos candidatos também influencia no desempenho deles, mas a força explicativa do dinheiro foi amplamente superior ao perfil.

É preciso levar em consideração, no entanto, que o efeito marginal do gasto em campanha é maior nos candidatos alta qualidade e reeleição. Ainda que, nos casos

analisados, os candidatos novatos gastem, em média, mais recursos que os outros dois perfis, esse esforço não é suficiente para diminuir a desvantagem desse grupo. Em outros termos, considerar o perfil dos candidatos importa para determinar qual o tamanho do impacto do dinheiro na chance de sucesso eleitoral.

Embora a opção feita neste trabalho, de investigar apenas um distrito eleitoral (Minas Gerais), não permita que os resultados sejam generalizados para o Brasil, tal escolha possibilitou um adequado tratamento dos atributos dos candidatos. Os achados deste artigo sugerem que esse é o caminho mais seguro e profícuo para os analistas brasileiros que investigam essa temática. Analisar resultados eleitorais sem considerar os diferentes perfis dos candidatos significa tratar de forma simplificada um fenômeno que é, ao mesmo tempo, social, político e econômico, e, por essa razão, demanda um tratamento empírico detalhado e rigoroso.

## 8. Referências

- ABRAMOWITZ, A.I. Explaining senate election outcomes. *American Political Science Review* 82 (2), 385–403, 1988.
- \_\_\_\_\_. Incumbency, campaign spending, and the decline of competition in U.S. House elections. *Journal of Politics* 53 (1), pp. 34-56, 1991.
- ABRAMOWITZ, Alan I.; ALEXANDER, Brad; GUNNING, Matthew. Incumbency, Redistricting, and the Decline of Competition in U.S. House Elections. *The Journal of Politics*, Vol. 68, N. 1, pp. 75-88, 2006.
- ANGRIST, J. D; PISCHKE, J. *Mostly harmless econometrics: an empiricist's companion*. Princeton University Press, 2008.
- ASTERIOU, Dimitrios; HALL, Stephen G. *Applied econometrics: a modern approach using eviews and microfit revised edition*. Palgrave Macmillan, 2007.
- AMES, Barry. Electoral Strategy under Open-List Proportional Representation. *American Journal of Political Science*, Vol. 39, N. 2, pp. 406-433, 1995.
- ARAÚJO, Victor; SILOTTO, Grazielle; CUNHA, L. Capital político e financiamento eleitoral no Brasil: uma análise empírica da estratégia das empresas na alocação de recursos de campanha. *Revista Teoria & Sociedade*, nº23, vol 2, 126-158, 2015.

- BRAMBOR, T; CLARK, W; GOLDBERGER, M. Understanding Interaction Models: Improving Empirical Analyses. *Political Analysis*, 14: 63-82, 2006.
- CAREY, John M.; NIEMI, Richard G.; POWELL, Lynda W. Incumbency and the probability of reelection in state legislative elections. *The Journal of Politics*, v. 62, n. 3, pp. 671-700, 2000.
- CARSON, Jamie L.; ENGSTROM, Erik J., ROBERTS, Jason M. Candidate Quality, the Personal Vote, and the Incumbency Advantage in Congress. *The American Political Science Review*, Vol. 101, N. 2, pp. 289-301, 2007.
- CARVALHO, Nelson Rojas. *Eno início eram as bases*. Geografia política do voto e comportamento legislativo no Brasil. Rio de Janeiro: Revan, 2003.
- COX, Gary W; KATZ, Jonathan N. Why Did the Incumbency Advantage in U.S. House Elections Grow? *American Journal of Political Science*, Vol. 40, N. 2, pp. 478-497, 1996.
- CERVI, E. U. 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*, 4, pp. 135-167, 2010.
- EDUARDO, Felipe Lima. *Candidatos à reeleição versus concorrentes: a competição eleitoral nas eleições legislativas no Estado de Minas Gerais em 2010*. Dissertação de mestrado defendida no Departamento de Ciência Política da UFMG, 2012.
- FENNO, F. *Home style: house members in their districts*. Pearson College Division, 1978.
- FIORINA, Morris P. *Congress Keystone of the Washington Establishment*. Yale University Press, 1977.
- GERBER, Alan. Estimating the effect of campaign spending on senate election outcomes using instrumental variables. *American Political Science Review*, v. 92, n. 2, pp. 401-411, 1998.
- HOWELL, S. E. Campaign activities and state election outcomes. *Political Behavior*, 4(4), pp. 401-417, 1982.
- JACOBSON, G. C. The Effects of Campaign Spending in Congressional Elections. *American Political Science Review*, Vol. 72, N. 2, pp. 469-491, 1978.
- \_\_\_\_\_. *Money in Congressional Elections*. New Haven: Yale University Press, 1989.
- \_\_\_\_\_. Strategic Politicians and the dynamics of U.S. House elections, 1946-86. *American Political Science Review*, vol. 83, n. 3, september, 1989.
- \_\_\_\_\_. *The politics of congressional elections*. Harper Collins Publishers, 1992.
- KREHBIEL, Keith; WRIGHT, John R. The Incumbency Effect in Congressional Elections: A Test of Two Explanations. *American Journal of Political Science*, Vol. 27, N. 1, pp. 140-157, 1983.

- LEMOS, L; MARCELINO, D; PEDERIVA, J. H . Porque dinheiro importa: a dinâmica das contribuições eleitorais para o Congresso Nacional em 2002 e 2006. *Opinião Pública*. Vol. 16, n. 2, 2010.
- MADDENS, Bart; PUT, Gert-Jan. Office effects and Campaign spending in a sem-open list PR system: the Belgian/Flemish federal and regional elections 1999-2010. *Electoral Studies* 32(4): 852-63, 2013.
- MANCUSO, W. P. Empresas e financiamento de campanhas eleitorais de candidatos a deputado federal pelo estado de São Paulo nas eleições de 2002 e 2006. In: A. Dalla Costa; A. C. Minella; D. B. Gros; J. Mick; M. S. Etcheverry; W. Iglecias (eds.). *Desenvolvimento e crise na América Latina: estado, empresas e sociedade*. Curitiba: CRV, 2012.
- MARCELINO, D. *Sobre dinheiro e eleições: um estudo dos gastos de campanha para o Congresso Nacional em 2002 e 2006*. Dissertação de mestrado. Brasília: Universidade de Brasília, 2010.
- MAYHEW, David R. *Congress: The electoral connection*. Yale University. 1974
- NORTON, E. C; WANG, H; & AI, C. Computing interaction effects and standard errors in logit and probit models. *Stata Journal*, 4, 154-167, 2004.
- PEIXOTO, V. M. *Eleições e financiamento de campanhas no Brasil*. Tese de doutorado. Rio de Janeiro: Instituto Universitário de Pesquisas do Estado do Rio de Janeiro, 2010.
- PEREIRA, Carlos; RENNO, Lucio. O que é que o reeleito tem? Dinâmicas Político-Institucionais Locais e Nacionais nas Eleições de 1998 para a Câmara dos Deputados. *Dados* vol. 44, n. 2, Rio de Janeiro, 2001.
- \_\_\_\_\_. O que é que o reeleito tem? O retorno: o esboço de uma teoria da reeleição no Brasil. *Revista de Economia Política*, vol. 27, n. 4 (108), pp. 664-683 out/dez, 2007.
- SAMUELS, David. Incumbents and Challengers on a Level Playing Field: Assessing the Impact of Campaign Finance in Brazil. *The Journal of Politics*, Vol. 63, N. 2, pp. 569-584, 2001a.
- SAMUELS, D. Money, Elections and Democracy in Brazil. *Latin American Politics and Society*, 43, 7: 27-48, 2001b.
- SILVA JÚNIOR, J. A. *Vença se for capaz: reeleição parlamentar, distritos eleitorais e partidos no Brasil*. 2013. Tese (doutorado). Universidade Federal de Pernambuco, 2013.
- SPECK, B; MANCUSO, W. P. O que faz a diferença: Gastos de Campanha, Capital Político, Sexo e Contexto Municipal nas Eleições para Prefeito em 2012. *Cadernos ADENAUER* (São Paulo), v. 2, pp. 107-124, 2013.

\_\_\_\_\_. A Study on the Impact of Campaign Finance, Political Capital and Gender on Electoral Performance. *Brazilian Political Science Review*, 8 (1) 34-57, 2014.

Recebido: 09/06/2015

Aceito: 11/10/2015